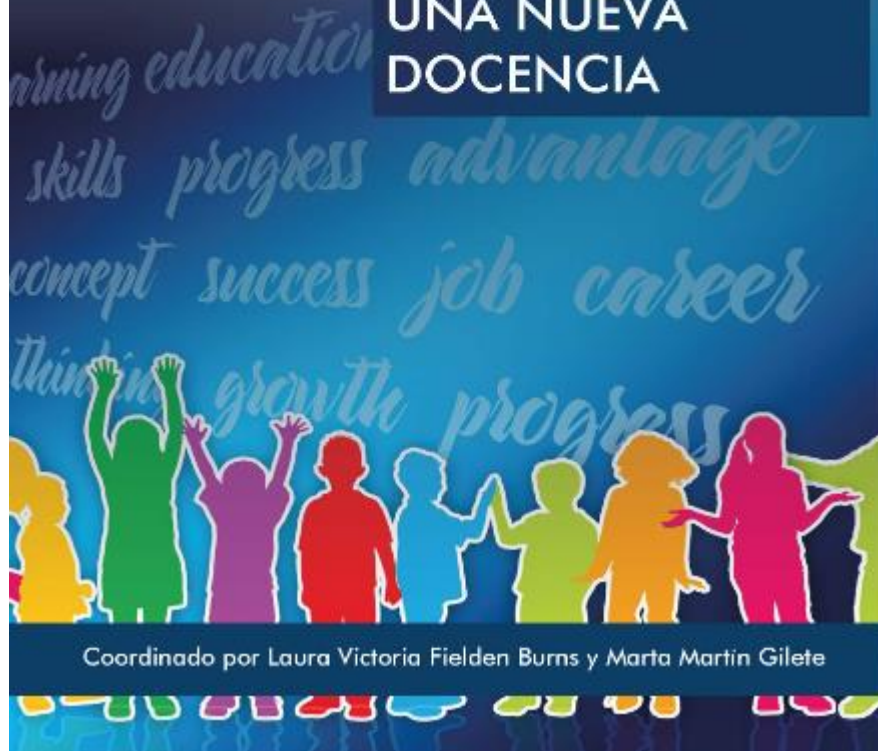




HUMAN REVIEW
INTERNATIONAL HUMANITIES REVIEW
REVISTA INTERNACIONAL DE HUMANIDADES

**PROPUESTAS PARA
UNA NUEVA
DOCENCIA**



Coordinado por Laura Victoria Fielden Burns y Marta Martín Gilete



ELEMENTOS TRANSFORMADORES PARA IMPULSAR EL NEUROMANAGEMENT. DESAFÍO ORGANIZACIONAL

(Avance investigativo)

Transforming elements to promote neuromanagement. Organizational Challenge
(Investigative progress)

MARICARMEN SOTO-ORTIGOZA ¹, ERIC ESPINOSA-FERNÁNDEZ²

¹ Universidad del Caribe, Panamá

² Universidad de Panamá, Panamá

KEYWORDS

Leadership
Transforming Elements
Companies
Neomanagement
Neuromanagement
Challenge
Bedard model

ABSTRACT

Management has been studied, today exploring concerns in the advancement of styles in times of pandemic, where organizations are observed tarnished by a leader of psychopathic practices known as Neomanagement. The general objective is to analyze the transforming elements to promote Neuromanagement as an organizational challenge. Under a qualitative paradigm, a descriptive, bibliographic methodology was used, with a phenomenological-hermeneutic method, framed in the Bédard model. An in-depth interview applied to 6 informants was designed, as a result alliances and transformation are the crucial business routes to achieve Neuromanagement that concludes with the use of strategy and philosophy.

PALABRAS CLAVE

Liderazgo
Elementos transformadores
Empresas
Neomanagement
Neuromanagement
Desafíos
Modelo de Bédard

RESUMEN

La Gerencia ha sido estudiada, explorando hoy inquietudes en el avance de estilos en tiempos de pandemia, donde se observan organizaciones empañadas por un líder de prácticas psicopáticas conocido como el Neomanagement. El objetivo general es analizar los elementos transformadores para impulsar el Neuromanagement como desafío organizacional. Bajo un paradigma cualitativo, se empleó una metodología descriptiva, bibliográfica, con método fenomenológico-hermenéutico, enmarcado en el modelo de Bédard. Se diseñó entrevista en profundidad aplicada a 6 informantes, como resultados las alianzas y la transformación son las rutas empresariales cruciales para lograr el Neuromanagement que concluye con el uso de estrategia y filosofía.

Recibido: 03/ 04 / 2022

Aceptado: 16/ 06 / 2022

1. Introducción

Para ser un empresario exitoso es beneficioso haberse formado desde la óptica del Neuromanagement, es por ello por lo que estos individuos deben alimentarse de distintas fuentes de información logrando el manejo del método científico implícito en cada proceso administrativo que llevan a cabo. Es así como la ciencia permite conformar herramientas potentes de conocimiento y transformación de la naturaleza, el ambiente y los entornos administrativos y gerenciales, que incursionan en los estilos de liderazgos diversos, en el capital intelectual y cada perfil del talento humano.

En el proceso de revisión de saberes entran en juego la axiología, praxeología, ontología y la epistemología por nombrar las cuatro de las aristas del Rombo filosófico del legado de Bédard (1995) citado por Zapata, *et al.* (2006) que no es más que un proceso de práctica científica, desde la génesis de la gerencia de manera sistematizada que convierte lo empírico en válido científicamente y procedimentalmente. Además, apoya argumentos teóricos que impulsan cada toma de decisión empresarial con estándares y normativas que dicha teoría y metodología puede garantizar y legitimar con conocimiento en una realidad científica.

Partiendo de que existen tres funciones base en las empresas conocidas como soberanía, protección y riqueza, el Rombo filosófico argumenta que se reconozca el rol central del ser humano en la ciencia administrativa cuyo ADN lleva la impronta de asumir el rol del Homo oeconomicus (Stuart Mill, S. XIX) citado por Avilés (2022). Este concepto unifica dos variables para referirse a la especie humana y el factor económico desde la óptica conductual en los procesos organizacionales, que emula al rombo de Bédard que se explicará en el desarrollo investigativo.

En la actualidad y especialmente en esta época de pandemia con la COVID-19, se necesita las revisar raíces del conocimiento para seguir adelante y levantarse. Es necesario ser críticos y lograr posturas de cada evento vivido o fenómeno administrativo, ya sea estrategia, táctica o políticamente una posición epistemológica que articula lo científico con la realidad imperante (Vargas, 2013), que rodea cualquier contexto, para aprovechar mejor los recursos y materias primas, con el fin de mejorar la calidad de vida de la especie humana. El que no lo haga así podrá atraer a sus equipos de trabajo un Neomanagement, que hará daño a la organización y peor aún a lo máspreciado el talento humano.

A continuación, se desarrolla la investigación con diversas secciones que van contribuyendo al análisis profundo de cada aspecto a considerar y los tópicos de reconocer a un buen líder y/o fortalecer al actual que inspire, cree y pregone las habilidades duras y blandas del verdadero líder humano o Neuromanagement.

2. Incursionando en el Secreto de la Neurociencia empresarial

Hoy en día Las Neurociencias aplicadas al campo empresarial viene evolucionando y ganando adeptos, al ver que está generado ventajas competitivas, formando talento bajo la óptica de la Psico competitividad. Soto y Pelekais (2008) han expuesto que un individuo de las organizaciones puede ser estratégicamente psico competitivo cuando establece actitud proactiva y procesos comunicacionales empáticos y afectivos, lo cual conlleva a integrar en los líderes procesos consolidados que lo hacen diferente al asumir nuevas gestiones sanas, paradigmas modernos, un estilo de pensamiento intuitivo, creando competencias a su alrededor que permitan comportamiento asertivos, comunicación óptima y productividad en la organización.

La Neurociencia empresarial nos ha llevado a poder profundizar en las variables del Neomanagement y Neuromanagement que ocupan esta investigación, porque estamos ante un nuevo desafío del milenio, con nuevas posibilidades, conocimientos, hiperconectividad, mundos por explorar, nuevos tableros estratégicos y estrategias de marketing. Estas convierten a los empresarios en exploradores del management con horizontes que no están fuera de nosotros ni lejos, sino adentro en el infinito potencial cerebral y neurotransmisores que alimentan la toma de decisiones (Braidot, 2014).

La disciplina de Neuromanagement hoy en día necesita nuevas herramientas porque así lo demandan las realidades empresariales de esta época difícil y convulsionada y se infiere de todo el análisis que estas herramientas están dentro de la corporación y de cada miembro que compone la organización, del líder y todo su equipo de trabajo.

Entonces, como lo expresa el mismo Braidot (2014), se añade que el Neuromanagement se focaliza en procesos neurológicos vinculados con la toma de decisiones, el desarrollo de inteligencia individual y organizacional, la planificación y gestión sostenible que hace al empresario un mejor líder.

3. Estrategia empresarial desde la inteligencia individual

Las teorías y nuevos conocimientos han abierto puertas que engrandece el espíritu del ser, debido a que la ciencia y la tecnología han dado origen a las innovaciones en pro de los elementos de la postmodernidad en el campo de la economía, la bioética, la política y educación, la tecnología y hoy la bioseguridad entre los sectores socioeconómicos para la supervivencia humana.

La búsqueda de la raíz epistémica apoya la adaptación a escenarios de incertidumbre, la complejidad del entorno, la evolución, la velocidad informática y tecnológica, así como la corta durabilidad de los productos y servicios, es decir, el ciclo de vida que ahora es más corto (Morillo, 2021).

Ya el largo plazo no existe, la Covid-19 cambió el mundo, y esos cambios a nivel de estrategias están motorizados por la cultura y los procesos organizacionales, cambió la vida de cada colaborador. Cúneo (2020), plantea que el mundo de disrupción que se observa en los actuales momentos exige a los CEO un argumento y discurso vivo, palpable que permita a sus emprendimientos y empresas lograr transformaciones inteligentes para no desaparecer, más que adaptarse, neuro adaptarse. Por ello, se permite inferir que el corto plazo toma hoy una preponderancia fundamental usando las más de 10 billones de neuronas que posee el ser humano, es allí donde radica el uso de la verdadera inteligencia, creando las sinapsis respectivas y tomando decisiones asertivas, útiles y oportunas (Soto *et al.*, 2015).

Por ello, al hablar de epistemología ya se sobreentiende que es la rama que se ocupa del conocimiento científico, la raíz de la variable objeto de estudio. En tal sentido, la innovación se entiende para este particular como el puente entre la ciencia y la tecnología con miras a los negocios, entrando en juego la ventaja competitiva. El mundo es un escenario incompleto heredado de diversas culturas y la ciencia ha contribuido a desarrollarlo y ampliarlo.

Tal escenario intenta demostrar la interacción entre la ciencia administrativa y la tecnología y la responsabilidad que ha tenido la humanidad en esta dinámica. Con una comprensión histórica se reforzará el ritmo del avance científico y se observa que ninguna actividad empresarial se encuentra aislada de los acontecimientos éticos, religiosos, políticos, educativos, filosóficos y económicos que se están viviendo por etapas, sino por el contrario se determinan en sus dinámicas comunes.

Al tocar el tema de las dos partículas interesantes para los actuales momentos como es "neuro empresario" hay que partir de una de las capacidades cerebrales, la creatividad, pero también saber que todos tenemos un lado oscuro, que por nuestro bien es necesario conocer, aceptar y hasta se diría amar por lo mucho que puede aportarnos en la superación personal (Jung 2014).

Un empresario muchas veces se siente autorrealizado por los bienes o activos con los que cuenta o ha logrado acumular, porque cree haber logrado el impulso para la motivación de la creatividad, aprendiendo a drenarla a través de sus negocios, Kothari *et al.* (2019). Sin embargo, a muchos la pandemia les mostró una cara de la moneda, porque un evento inesperado reviste un secreto, un enigma, un "cisne negro" (Taleb, 2007, citado por Serbiá, 2020).

Esto permitió dilucidar que los activos podían desaparecer y seguir funcionando virtualmente, como de hecho muchas organizaciones lo han hecho, siguen funcionando a través de la tecnología, lograron subsistir por la eliminación de costes de esos activos duros relativos en un panorama incierto, que hizo imprescindible una introspección, reinventarse y reflexionar desde la epistemología.

La mente actúa entrelazando sus distintas formas de conocimientos, en el caso de inteligencias y gerencia es necesario que exista un equilibrio, en el cual la inteligencia influye en las operaciones de la razón y ésta filtra sus operaciones en la gerencia, pudiéndose decir que actúan independientes, con circuitos cerebrales distintos, aunque interrelacionados.

La inteligencia gerencial para el nuevo empresario tiene el objetivo de hacer consciencia de la vida emocional en la toma de decisiones, los verdaderos líderes son humanos, tienen sinapsis increíblemente rápidas, han adquirido hábitos para saber dominar impulsos y pensamientos caóticos o caórdica, con el propósito de empoderar y mejorar las relaciones interpersonales entre sus colaboradores.

Nueve de las capacidades cerebrales del ser humano que entran en juego en cada proceso transformador son: la percepción, asociación, creatividad, disyuntiva, autoestima, memoria, recuerdo, análisis y toma de decisiones. Existen otras nueve capacidades que también suelen usar algunos empresarios en sus procesos de lograr nuevos perfiles y competencias en sus colaboradores desde el desarrollo neuronal como son la intuición, la supra consciencia, subconsciencia, inconsciencia, hipnosis, auto hipnosis, telepatía, telekinesis, precognición, donde una de las capacidades más relevantes a nivel empresarial es la creatividad la cual se sugiere que se esté alimentando y desarrollando constantemente a través de procesos formativos (Freud 1908, citado por Weixlberger, 2014).

Es estos procesos de formación que debe buscar hoy en día un empresario basado en el desarrollo exponencial de la creatividad entra otro proceso conocido como Metanoia que se puede definir como un poema narrativo que pretende expresar un principio de manera concisa, coherente y en apariencia, que involucra diversos elementos como la meditación, la transformación, el liderazgo humano y la apertura de mente y ojos de los colaboradores para un encuentro consigo mismo hacia una mejor gerencia de vida laboral (McCartney, 2016).

A continuación, la figura 1 demuestra el pase de cada proceso transformador usando la técnica de la Metanoia sobre todo en estos tiempos difíciles pandémicos para las empresas:

Figura 1. Proceso Metanoico en tiempos de pandemia



Fuente: McCartney, 2016.

La Psicología Social de las Organizaciones expone que el cambio en este proceso está unido al compromiso de afiliación y al de mejora de la organización. Además, viene a recrear el proceso de los cambios y transformaciones desde el pensamiento, en una consciencia hacia la conversión, esa que no tiene vuelta atrás (Arroyo, 2021).

4. Reforzando el Neuromanagement desde el Rombo filosófico de Bédard

Al referirse la interpretación desde los campos filosóficos, específicamente se está haciendo análisis desde la óptica de Bédard para efectos de esta investigación como modelo para enmarcar variables de tipo gerencial. Esto permite darle fundamentación filosófica a hechos gerenciales que viene surgiendo desde las aristas de lo axiológico, praxeológico, epistémico y ontológico:

Lo axiológico aporta hoy en día a la empresa valores individuales, sociales y culturales, donde la ética y la moral son fundamentales. En este sentido, se requiere una filosofía de acción, lo cual con axiología se logra desde la revisión de los valores hasta la esencia que determinan costumbres, de acuerdo con las leyes y normas que regulan el funcionamiento empresarial.

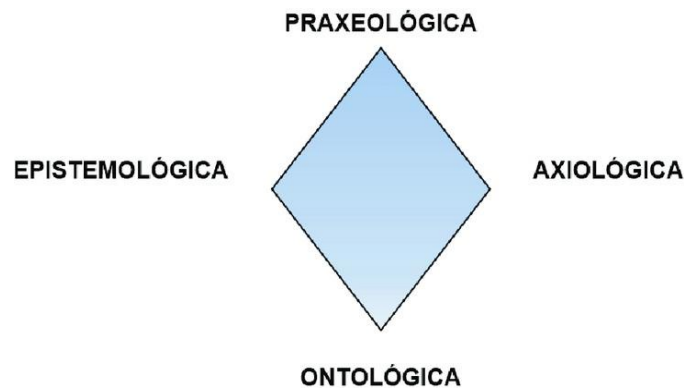
Lo praxeológico se refiere competencias, prácticas y conductas del capital humano. Contempla los miembros de la organización—con procesos interrelacionados como actuar-conducir, generar-producir-fabricar obras, materiales, herramientas, resultados e, incluso, habilidades, industriales-empresariales de productos y/o servicios en los que la conexión hombre/máquina, reflejan su desempeño, haciendo que la gerencia cuide de su modelo para hacerlo sostenible y sustentable.

Lo epistemológico expone en la empresa la innovación a través de la verdad: validación, proceso crítico, metodología, teoría del conocimiento. Para este compendio en particular, se identifica un problema, que en este caso se refiere al tipo de liderazgo naciente en pandemia conocido como Neomanagement que según Piñuel (2008), se caracteriza por ser un líder psicópata o tóxico que viene surgiendo en las organizaciones producto del impacto neurogénico físico y mental en personas con desequilibrio psico-emocional y que se pronuncia por los avatares del entorno e impacto psicosocial. La epistemología permite estudiar la teoría cognoscitiva, ayudando a indagar en profundidad diversas variables.

Lo Ontológico la cual contempla al conocimiento del ser y evalúa los fundamentos conceptuales en tiempo real, revisa doctrinas y paradigmas originarios, así también como argumentos teóricos, conjunto de disposiciones adquiridas como leyes, procedimientos, modelos, experiencias.

En este sentido, la figura 2 muestra el Rombo filosófico de Bédard.

Figura 2. Rombo Filosófico de Bédard



Fuente: Bédard, 2003.

5. Transformación en las empresas a raíz de la era de la conectividad en tiempos pandémicos

La conectividad según Herreros (2014) ha generado cambios paradójicos, los talentos humanos tienen que destacar de las masas y a la vez ser parte de ella o de la parte con mayores habilidades conocidas como duras y blandas. Para los empresarios y sus equipos de trabajo seguirán exitosos en sus organizaciones desde el impulso de la maestría en las competencias y la conectividad, porque allí radican las posibilidades innovadoras de nuevos productos o servicios. Las redes son claves, integradas por talentos con similares competencias o conocimientos que se complementan, siendo una masa de grandes ideas innovadoras.

Adicional a la conectividad y la tecnología, hay que pensar en la gerencia feliz y los espacios que generen mayor calidad de vida laboral, el aumento del teletrabajo, posibilidad de direccionar hacia lo que haga sentir mayor felicidad y éxito empresarial, facilita la reconexión con la calidad.

La estrategia es entonces, mantenerse un paso siempre delante de la necesidad de ser eficiente desde las habilidades (*skills*) duras y blandas.

6. Management, Neomanagement y Neuromanagement: Desafíos y objetivo de la investigación

Una cuestión que se plantea es el por qué debería interesar las neurociencias como estrategia a las empresas.

Cambiar el comportamiento individual es difícil, más aún cambiar el de las personas del entorno, y todavía más lo es en las organizaciones, sometidos todos a cambios. En sentido, el eje disciplinario transversal está introduciendo nuevas ideas como facilitar los cambios, lograr soluciones y tomar decisiones, y no es un Snob más, es esa ciencia que ha ayudado a entender comportamientos, reacciones, los modelos y creencias mentales y de personalidades de un Management que utiliza su poder focalizado, pero mejor aún, ha ayudado a identificar aquellos inútiles o perjudiciales a la salud organizacional conocidos hoy en día como los Neomanagement.

Tomando en cuenta una visión interdisciplinaria que permita estudiar y explicar los procesos clave de toma de decisiones del management al Neuromanagement, se requiere implementar planes estratégicos que conduzcan exitosamente a las organizaciones hacia sus metas.

Sobre el Neomanagement se dice que es el lado del oscurantismo corporativo, ingresan a las organizaciones sin pudor ni maquillaje a la realización de actos perversos, con el enfoque de obtener sus objetivos en términos de eficacia, rentabilidad y ganancias. Se podría llamar un Maquiavelismo, de manera directa y clara, ya que incumplen normativas en materia de prácticas organizacionales, cometen fraudes financieros hacia arriba (accionistas) y contra sus clientes, obtienen un determinado efecto con todas las consecuencias asociadas, incluyendo en el tiempo la dimisión de la ética, socializadoras en el mal de tipo I para conseguir un interés propio, desapareciendo toda ética gerencial (Cecchinato, 2019).

También se puede agregar el mal de tipo II que en su socialización incluyen en su funcionamiento interno, una supuesta buena fe empresarial, sin la pretensión de generar efectos perversos en los sujetos, colaboradores y ejecutivos, el funcionamiento normal puede generar la comisión de actuaciones inmorales, sin pretender de forma directa hacerlo.

Así mismo, el Neomanagement surge mayormente después de la crisis sanitaria conocida como Covid-19, se le conoce por ser un Psicópata integrado, "colaboradores que usan su encanto, apariencia y capacidad de coacción para alcanzar con rapidez posiciones de poder en las escalas jerárquicas corporativas, se dedican a explotar a la empresa y a colaboradores en su propio y exclusivo beneficio" (Piñuel, 2008, p. 27).

Entre las características está que poseen carencia absoluta de empatía y sorprendente incapacidad de sentir emociones o situarse emocionalmente en el lugar de otro, no presentan sentimientos de culpa o remordimientos por las atrocidades y fraudes que cometen. Son depredadores sociales, fríos y racionales de lo que van a obtener a través de sus acciones, articulan estrategias para seducir y alcanzar objetivos (Piñuel 2008, p. 28).

Asimismo, Parés (2008), concluye categóricamente que la psicopatía no tiene curación. Usan el arte de mentir y de improvisar nuevas historias falsas, se tratan de competir día a día, desde el lado oscuro. También, se manifiestan inmersos en sistemas de fraude contable, en los números, las ventas y diferentes transacciones, cuyo objetivo es permitirle mantener su imagen de buen gestor o director ejecutivo. Gestionan a través del terror colectivo, el objetivo es marcar territorio y ocasionar angustia psicológica a sus víctimas, a través de la incertidumbre y preocupación, consiguen que nadie responda a abusos y maltratos dividiendo a su propio grupo, así los domina, todo esto en pleno siglo veintiuno (Bedoya, 2017).

Todo lo anteriormente dicho, hace considerar que se deban identificar a estos gerentes tóxicos, combatirlos hasta desarraigarlos de la organización, en búsqueda del Neuromanagement.

En función de lo expuesto, Braidot (2008)-expone que se debe fortalecer el concepto y la aplicabilidad del Neuromanagement que desde las neurociencias cognitivas al gerenciamiento y la conducción de organizaciones debe establecer las estrategias empresariales que se focalicen en:

Los procesos neurológicos vinculados con la toma de decisiones.

El desarrollo de inteligencia individual y organizacional (inteligencia de equipos).

La planificación y gestión de personas (selección, formación, interacción grupal y liderazgo).

En este orden de ideas, los Neuromanagement usan la ética, mística, armonía, el trabajo en equipo, la exteligencia que se refiere a aquellas corporaciones óptimas, que usan la ética, mística, armonía, el trabajo en equipo (Vries, 2016), que sirven para aportar clima de bienestar económico, financiero, operacional en las organizaciones asertivas, en un entorno que usa el estilo de pensamiento ecuánime-asertivo (Torres, 2021).

Por tanto, el objetivo general planteado para esta investigación como avance en primera fase de ésta, es analizar los elementos transformadores para impulsar el Neuromanagement, como desafío organizacional:

7. Recorrido metodológico

Este primer avance investigativo se ha construido con una metodología basada en la complementariedad paradigmática. Se trata de una investigación descriptiva, bibliográfica, no experimental de corte transversal que permite estudiar un fenómeno concreto. Por ello, se estableció para el análisis cualitativo el método fenomenológico-hermenéutico de Paul Ricouer, así como la fundamentación filosófica para el campo gerencial se enmarcado en el Rombo filosófico de Bédard (2003).

Para el proceso metodológico se llevaron a cabo entrevistas en profundidad producto del uso de la validez teórica que brinda Moustakas para las investigaciones cualitativas. Los datos cuantitativos se tomaron de las revisiones bibliográficas y de documentos aportados por las Cámaras empresariales de Panamá. Por ello, al trabajar con informantes en el proceso metodológico cualitativo la muestra es de seis informantes considerada como un censo poblacional.

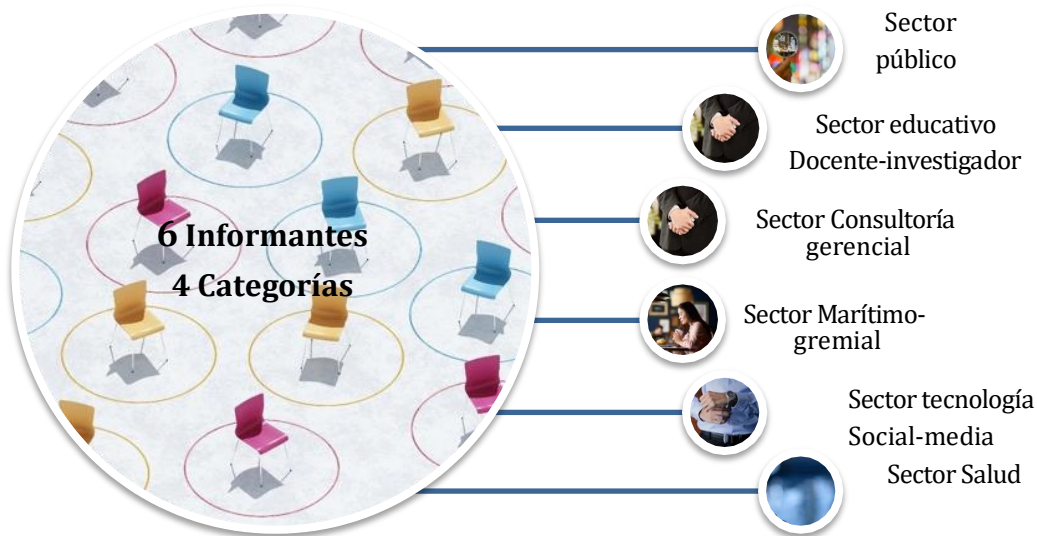
Coherentemente, la metodología utilizada pretende seguir un enfoque holístico-inductivo-idiográfico, en la medida en que se intenta, por una parte, estudiar la realidad de manera global y contextualizada; elaborar interpretaciones y explicaciones partiendo de los datos e información recogida y, finalmente, centrarse en las particularidades de los sujetos, “más que en el logro de leyes generales” (Arnal *et al.*, 1992; 193).

La muestra estuvo conformada en este avance investigativo en su primera fase por seis informantes quienes fueron entrevistados en profundidad y categorizados de manera inductiva, ya que se obtuvieron de los datos con base al examen de los patrones y recurrencias presentes en ellos. Siempre se basó en la decisión de los investigadores que procuraron respetar la especificidad propia del material recogido o la propia perspectiva de los actores involucrados que en total fueron seis, a los que se les realizó una reducción fenomenológica para los efectos del presente artículo.

8. Evidencias cualitativas. Entrevistas a los informantes

A continuación, se muestran las evidencias cualitativas obtenidas de las entrevistas realizadas a los seis informantes sobre las estrategias empresariales utilizadas en sus empresas o acciones en tiempos de pandemia.

Figura 3 Sectores económicos entrevistados



Fuente: Soto-Ortigoza, 2022.

La siguiente tabla expone las preguntas que engrosaron la entrevista y la opinión reducida fenomenológicamente, de cada informante entrevistado para los efectos de la investigación enmarcada en el enfoque cualitativo de P. Ricoeur (2016):

Tabla 1. Preguntas de Entrevistas en profundidad a los informantes

PE (Preguntas de la Entrevista)	H (Horizontalizaciones)
	“en el proceso de horizontalización...los horizontes son ilimitados”. “Cada horizonte, mientras entra en nuestra experiencia consciente se considera cualidades textuales que nos capacitan a entender una experiencia”. Moustakas, 1994, citado por Martínez & Soto (2015)
Pregunta 1	¿Cómo experimentaron sus empresas la crisis sanitaria?
Pregunta 2	¿Qué nuevas decisiones, herramientas y/o aplicaron en su entorno empresarial para mantenerse activos en el mercado?
Pregunta 3	¿Qué recomienda a su sector empresarial en estos momentos de escenario pandémico?

Fuente: Soto-Ortigoza & Espinosa-Fernández, 2022.

A continuación, se exponen extractos de las respuestas literales obtenidas de los informantes dentro del proceso metodológico fenomenológico aplicado al mismo. Se han obtenido de los datos expresados por cada informante textualmente dentro del enfoque cualitativo, respondiendo a las categorías planteadas en la tabla 1 sobre la gestión llevada a cabo como desafío organizacional, las posturas ante comportamientos observados como el Neomanagement y el Neuromanagement, que llevan finalmente a las propuestas de los elementos transformadores que los empresarios, consultores y funcionarios opinaron de acuerdo a su óptica experiencial.

Informante 1. Funcionario público: “En Panamá en época de pandemia los conceptos - propaganda estatal se refirieron a los aspectos éticos y morales como si fueran ambas cosas lo mismo - la sociedad reflectora de errores-direcciones de gobierno elaboran políticas internas y no se decidió exactamente preceptos que son fundamentales para la sociedad. Anteponer el tema de la salud frente al tema económico sectores empresariales -la producción se hace en función del hombre y la producción si no tienes al hombre con salud mal podrías tu hablar de crear la riquezas - problema axiológico se trastocaron los valores -el país no vuelve una nueva normalidad sino nueva realidad- dilema ético. Hubo temor de que este tipo de esfuerzo desde abajo pudiese convertirse en algún momento

en algún tipo de organización - comunidad con mejor grado de información y mayor educación donde frente al tema pudiéramos haber hecho algo mejor, pero sin embargo no se dio y ahí están los resultados”.

Informante 2. Funcionario público en funciones en el sector académico: Enfatizó lo siguiente: “En Panamá no solamente sino en todas partes del mundo se observa algo más folklórico, lo que dicen “ese robó pero hizo” es normal en Latinoamérica, y aceptamos que las cosas no anden correctamente y desde el punto de vista que nosotros podemos dar al matiz porque al final eso está vinculado a un fenómeno de la corrupción que per se no solamente nace y se producen en el sector gubernamental sino que lleva como brazo de una tijera el sector privado, pues al final un ejemplo del tema es que estamos tocando lo aflorado por la pandemia. El concepto económico que le ha permitido acceder a fondos públicos y lograr una riqueza de manera incontrolable que al final del día en el manejo de la pandemia per se es una justificación y que posiblemente el extender la misma es porque le favorece a las personas que están tanto en el sector público, sector gubernamental amasando dicha riqueza y que al final indistintamente que se pierdan vidas automáticamente restrinjan las capacidades productivas.

Al final del día todos estos elementos que estamos viendo como valores éticos se dice se viene perdiendo de mucho antes, es más podríamos decidir de una perspectiva económica que el modelo económico de Panamá que fue diseñado por la década de los 70 prácticamente está desgastado tiene más de 50 años del mundo moderno es un mundo más dinámico más activo pero que al final también hay una responsabilidad social empresarial no solamente de las empresas no solamente los gobiernos sino también de los ciudadanos. “...Hay que saciar supuestamente ese apetito voraz de muchas personas que no entienden que tienen una función pública para servir y no para servirse y al final entienden y quieren las organizaciones o empresas porque también eso yo le digo no solamente es algo atribuible solo al sector público sino también al sector privado, uno solo por si no funciona también hay un sector privado corrupto que pagan las coimas”.

Informante 3. Empresarios. CEO del sector marítimo y presidente de la Cámara empresarial: “El mundo empresarial en general con los últimos acontecimientos de la pandemia pues ha visto sacudido en su enfoque muchas empresas pues perdieron mercados-y se tuvo que ubicar otros mercados, diseñar sus productos y servicios de otra manera, reinención las empresas, revisar las gestiones de gerentes y colaboradores, en búsqueda de la transformación interna de las empresas y de la gerencia hacia las tecnologías virtuales – en el momento fue difícil, pero poco a poco se logró conectar a todos los agremiados a todas nuestras empresas conectarlas con el resto de las cámaras binacionales que hacen vida en otros países – con el espíritu, ánimo y motivación por buscar soluciones en la pandemia. reuniones virtuales -pudimos ubicar nuevos clientes nuevos mercados y con esa red porque ahí hubo un intercambio no solamente comercial si no un intercambio de información - área de construcción en el área inmobiliaria en el sector de energía en el área alimentos en el área metalmecánica pues hay varios casos de éxito que durante la pandemia”.

Informante 4. Empresario del sector salud y construcción: “Nuestro grupo de empresas ha tenido dentro de su visión y plan de negocio, aún desde antes de la pandemia, una estrategia multinacional, multisectorial y multiproyectos, que permitieron, con el acaecimiento de la crisis sanitaria, un manejo diverso en función de cada uno de los escenarios en que se encontraban esas empresas, incluyendo la gestión de los talentos humanos, pero con la tranquilidad de que, en términos genéricos, el conjunto de empresas podría trascender, apoyándose unas con otras, así como ha sido en crisis anteriores.

En el sector salud, nos vimos desbordados por la demanda de pacientes, que generaron presión por la ocupación de nuestras instalaciones. Los retos principales planteados fueron: 1) Vencer el miedo ante lo incierto de la enfermedad, en el personal, y el contagiarse con la enfermedad, a los fines de poder atender a los pacientes; 2) Carencia de suministros e insumos, por cuanto ante la incertidumbre, se incrementaron los costos de los descartables, o eran entregados en pocas cantidades; 3) Lograr crecer en las instalaciones físicas de una manera acelerada, a los fines de incrementar la capacidad de atención y; 4) El manejo de pacientes contagiados con COVID, vs. Los pacientes que estaban en las instalaciones por otras situaciones; 5) Afloraron comportamientos de individuos que no eran cónsonos con la lucha por la supervivencia empresarial y tuvieron que ser liquidados de las planillas. (Neomanagement).

En el sector financiero, los principales desafíos fueron los siguientes: 1) Incertidumbre sobre la capacidad de pago de los clientes afectando los ingresos pasivos que se generaban por transacciones financieras. 2) Posibilidades de contagio entre los colaboradores y con los clientes. 3) Volatilidad en cuanto a decisiones normativas a nivel financiero, laboral y sanitario, los cuales restringían el libre movimiento de la economía en general, y del personal en particular. 4) Atención a gastos fijos vs. una productividad de los recursos en decrecimiento.

En el sector de gerencia de proyectos, se nos presentaron varias situaciones: 1) Disminución de los flujos de efectivo de los proyectos por falta de pago de los clientes; 2) Intervención de un banco local, meses previos a la pandemia, que afectaron la liquidez y disponibilidad patrimonial de la empresa; y 3) Los puntos 2, 3 y 4 del sector financiero, fueron comunes al sector de proyectos también.

Protección de la liquidez: se dio un papel más preponderante a Tesorería, a los fines de aprovechar estas incertidumbres en los mercados de capitales y generar negocios de alto reditúo.

Tanto en el sector financiero, como en el de gerencia de proyectos, se migró de una manera rápida a atender a clientes, pero con una concepción basada en el Neomanagement, que apoyaron los modelos de negocio o sectores en el que se encontraban, por ser los más demandados en la época de crisis. Entre los elementos transformadores decididos se procedió a alquilar galeras a empresas que tuvieran que ver con comercialización de productos médicos y alimenticios. Se procedió a entregar facilidades crediticias a estos mismos sectores, más los de cadena de transporte, buscar nuevos nichos de mercado, siendo fiel a los objetivos estratégicos que tiene en su organización.

Y sobre la gestión tecnológica que llegó para quedarse, debe lograrse la digitalización y rapidez en los procesos para generación de ventajas comparativas”.

Informante 5. Consultores gerenciales: Cada crisis es una oportunidad, utilizando la tecnología pudimos sobrevivir y la crisis se volvió una oportunidad de negocio. Afrontar los retos y no perder el rumbo, establecer nuevas metas, redirigir las estrategias, contención del gasto. Seleccionar colaboradores eficientes y humanos. Las plataformas ZOOM, TEAM, MOODLE, ETC ayudaron a enfrentar la crisis y dar respuesta a nuestros clientes.

Medir la lealtad del cliente fue importante, la calidad y sobre todo ser efectivos, abrir nuevos mercados que aún no habían sido desarrollados hasta antes de la pandemia. Contracción del gasto, ser más eficientes y movernos menos utilizando las plataformas de tecnología para no perder el contacto con los clientes. Gastar menos: medir los desperdicios con mayor efectividad para encontrar puntos de ahorro. Ser más eficientes Medir sus operaciones con mayor precisión. Diversificar operaciones y mercados”.

Informante 6. Sector Marketing digital y redes sociales: “en nuestro caso, la empresa es una agencia de mercadeo digital enfocada en servicios de manejo de redes sociales, publicidad digital y branding. La crisis sanitaria tuvo un impacto negativo en nuestros ingresos durante el mes de marzo y abril 2020, precisamente en las semanas en las que el empresario estaba resguardando su capital. A partir de mayo 2020 hubo un incremento en ingresos, clientes y proyectos, debido a que los proyectos en digital tomaron mayor fuerza a partir del año pasado. Con respecto al teletrabajo no tuvimos ningún cambio, puesto que trabajábamos en esa modalidad desde el 2014.

Principalmente, tuvimos que reactivar las asesorías de marca, reforzar el servicio de publicidad digital, agregar mayor número de reuniones estratégicas con el cliente, incrementar los seguimientos a los proyectos, empaquetar servicios de branding, relanzar cursos de redes sociales para atraer audiencia.

Recomiendo hacer una revisión de estrategias digitales de sus negocios, puesto que la pandemia nos ha enseñado que, ante una mayor distancia social, las herramientas digitales representan una opción para el crecimiento en volumen de ventas y rotación de productos”.

8. Consideraciones finales

De acuerdo con lo analizado en la teoría y las respuestas obtenidas de los informantes, se lograron inferir unas consideraciones finales sobre los elementos a escoger para transformar una gestión hacia el Neuromanagement que solo serán una primera escalada hacia esa búsqueda, se enumeran a continuación:

1. Los talentos más aptos lograron fluir y tomar decisiones dentro del panorama existente, tanto en crisis sanitaria como en postpandemia.
2. Debe innovarse con nuevas ideas, herramientas y decisiones en algunos rubros de sectores económicos para lograr transformación y diversificación de servicios o productos.
3. Los empresarios que han asumido la transformación, han ido a la vanguardia y han creado alianzas fortalecedoras con empresarios, otros más conservadores se han ido adaptando poco a poco con procesos de ensayo y error pero que ha costado dinero.
4. Los empresarios y talentos considerados neomanagement aplicaron la gerencia de sí mismo, haciendo consciencia de que la supervivencia ha triunfado ante adversidades.
5. La tecnología se aceleró, se invirtió en plataformas, servicios de contenido, big data lo cual ha hecho surgir como gran aliada en tiempos de pandemia, logrando procesos de neuroplasticidad.
6. Siguen manejándose escenario de incertidumbre, de subsistencia, con miedos, pero con tesón.
7. Las rápidas sinapsis cerebrales de los talentos han decidido tomar la mejor ruta y seguir vivos, como empresarios, emprendedores, consultores, coexistiendo en mercados comprimidos, que han ameritado inversiones.
8. Se han utilizado herramientas Neuroinnovadoras en las ideas y la forma de hacer negocios desde la inteligencia empresarial.
9. Se observó adaptación de muchos saberes para lograr mantenerse en el mercado que consideran: a) apalancamiento en técnicas como la psicolingüística para la mejora de las organizaciones; b) expertos certificados outsourcing en temas especiales que apoyen el crecimiento, haciendo esto de manera expedita y con tino y cuidado, para saber transformar el mundo de los negocios y las corporaciones. c) Con optimismo, amor y la alegría estrechamente vinculadas a la ética y la moralidad, como un modelo de filosofía corporativa a implantar, incorporar esto a la organización les permitió una mejor salud financiera y operacional; disminuyendo aspectos pathopáticos, destructores de cualquier organización oscura, en su gestión y sus procesos humanos, d) el modelo “filosofía del instante de la mente gerencial” de Morillo

(2021), ha sido uno de los implantados en algunas organizaciones de las entrevistadas y a articulado acciones logrando la armonía con resultados asertivos, donde el Superyó de muchos colaboradores no doblegue ante Neomanagement, en el proceso de pensar, que tanto hace falta en organizaciones, e) usar la comunicación optima, las siete estrategias de la comprensión de la psicolingüística, la exteligencia y la gerencia basada en valores, todo esto enmarcado en la Psicología del lenguaje, a través de la ciencia psicolingüística.

10. Impacto en la psiquis.

11. Impacto financiero.

12. Conductas psicópatas dentro de un contexto organizacional combatidas con buenas estrategias del Neomanagement.

13. Disminución de los elementos de zozobra y actitudes perversas que afectan el clima organizacional, desenvolvimiento a las empresas el verdadero Neomanagement.

9. Agradecimientos

La presente investigación se viene desarrollando en las empresas públicas y privada en la República de Panamá como objeto de estudio, en pandemia y postpandemia, se presenta un avance de esta, y se agradece observar a los líderes de procesos transformadores. Cabe mencionar la Cámara de empresarios panameña-venezolana CEPAVEN en la persona de su presidente, a las empresas miembros que dirige gremialmente, a los funcionarios públicos, a los docentes de la Universidad de Panamá quien formaron parte de los sujetos de estudio como informantes clave, a empresarios del sector marketing digital que ofrecieron su valioso aporte, así como empresarios del sector salud y construcción. Agradecidos a todos ellos.

Referencias

- Arnal J., Del Rincón, D. & Latorre A. (1992). *Investigación educativa. Fundamentos y metodología*. Editorial Labor.
- Arroyo, D. (2021). *Metanoia*. Nou Editorial.
- Avilés, R. (2022). *Despertando al HOMO Economicus, Ajuste conductual para mejorar las finanzas personales*. Sextil Online.
- Bedoya, M., Castrillón, A. (2017). Neoliberalismo como subjetivación dominante, *Dorsal. Revista de Estudios Foucaultianos*, 3, 31-56. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.1108629>
- Cecchinato, F. (2019). *Más allá de la neogestión. Hacia una gestión sostenible y generativa de personas*. Kindle amazon. Guérin Next.
<https://www.amazon.com/-/es/Fabio-Cecchinato%09ebook/dp/B07TDF5TND>
- Braidot, N. (2008). *Neuromanagement cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones*. Granica.
- Cúneo, F. (2020). *El corto plazo es el nuevo largo plazo*. CEO- presidente de Global de Amrop Partnership en Entrevista.
- Jiménez Figueroa, A. & Gómez Urrutia, V. (2019). Neomanagement, el lado oscuro de las organizaciones y el conflicto trabajo-familia: Reflexiones críticas y propuestas de líneas de investigación, *Revista Universitaria Ruta*, 21(1), 25-44.
<https://revistas.userena.cl/index.php/ruta/article/view/1178>
- Jung, C. (2014). *El hombre moderno en busca de un alma*. Mariner Books.
- kothari, A., Salleh, A., Escobar, A., Demaria, F. & Acosta, A. (2019). *Pluriverso. Un diccionario del posdesarrollo*. Icaria.
- McCartney, Sh. (2016). *Metanoia*. Biblioasis.
- Morillo, R. [@guía. enforma]. (2021 septiembre-octubre). *Exteligencia*.
- Morillo, Soto, Soto (2019). Psicolingüística para la conducta y la salud del individuo en organizaciones hospitalarias inteligentes, *Conductra Científica*, 2(1), 27-40.
- Parés, M. (2008). El falso mobbing: Un acosador encubierto, *Inter psiquis*, IX.
- Piñuel, I. (2008). *Mi jefe es un Psicópata. Porque la gente normal se vuelve un psicópata al alcanzar el poder*. Alienta.
- Ignacio, F. M. (2016). *Fenomenología, Hermenéutica, reflexión: los caminos de Paul Ricour*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/37075/1/T37024.pdf>
- Soto, M., Morillo, R. & Moya, M. (2021). Radiografía crítica de un entorno corporativo tóxico desde la óptica del Neomanagement, 1-4.
<https://www.researchgate.net/publication/356193240>
- Taleb, N. (2007). *El Cisne Negro, el impacto de lo altamente improbable*. Paidós
- Vargas, J. (2013). Acercamiento dialógico a la Epistemología en las Ciencias Administrativas, *Revista de Economía y Administración*, 10, 45-62.
<https://revistas.uao.edu.co/ojs/index.php/REYA/article/view/141/126>
- Soto, M., Morillo, R., Labrador, L. (2015). *Inteligencia gerencial en el sector educativo universitario: una mirada desde la Neurogerencia*. I Jornada Binacional de investigación. Memorias CICAG. Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín. URBE.
<https://www.urbe.edu/jornada-binacional-investigacion/memorias/cicag.pdf>
- Soto, M. & Pelekais, C. (2011). *Gerencia de vida laboral: Estilos de pensamiento y Psicocompetitividad: Formación gerencial y transformación de líderes*. Editorial Académica Española.
- Vries, R. (2016). *101 lecciones de Poder*. Xin Xii.
- Zapata, Murillo y Martínez (2006). *Organización y Management, naturaleza, objeto, método, investigación y método, investigación y enseñanza*. COLCIENCIA.