

Nuevo Management

Reconceptualización empresarial, innovación y cambio personal

El marketing empresarial y la cultura

Las grandes empresas nos proporcionan los bienes y servicios que necesitamos, pero, además, son agentes del cambio cultural y del crecimiento personal.

Las grandes empresas y sus colaboradores, cada vez realizan una mayor aportación cultural a su personal, tanto en conocimientos aplicables al ámbito profesional como al de cualquier ámbito de la vida, incluyendo el crecimiento personal. Cada vez más empresas ofrecen programas para la mejora personal y directiva, desde la perspectiva más humana.

En cuanto al marketing y, especialmente, la publicidad por su impacto, es un instrumento de cambio cultural. En este sentido, cada vez son más los anuncios que relacionan productos con alguna característica de la actividad cerebral que enlaza, por el gran interés sobre los aspectos cerebrales, lo más distintivo de la naturaleza humana. Veamos cinco de estos mensajes actuales:

1.- *"Todo está cambiando"*. Es una idea que los pensadores empresariales llevan algunas décadas promocionando hasta la saciedad, como los organismos de Naciones Unidas y de la Unión Europea, así como la mayoría de los gobiernos occidentales; sin embargo, estas instituciones apoyan más los privilegios adquiridos y son más agentes del inmovilismo que del cambio. Esta frase inculca, a la mayoría, que ya hemos superado el punto de no retorno en la transición desde la Era industrial a la Era de la información. La aceptación del cambio aumenta la flexibilidad, disminuye la resistencia al cambio y fomenta la innovación y la emprendeduría, las dos únicas actividades que pueden evitar el declive de las economías y organizaciones desarrolladas.

2.- *"Supérate"* (crecimiento personal). La superación personal, mediante el aprendizaje, está integrado con el cambio colectivo. Generalmente, cuantas más personas crezcan más aumentará el progreso.

3.- *"...Cuando la inteligencia se une con la intuición..."*. Es una frase, del sector de la automoción, que puede interpretarse como de la vieja cultura: primero por utilizar la palabra "inteligencia" y segundo, porque parece que pretenden separar la racionalidad de la inteligencia con la intuición, afirmación incorrecta propia de la visión mítica de las cosas que atribuye una magia a la intuición, propia de la Era de la agricultura. La ciencia actual conoce que la intuición no es más que

argumentos o decisiones de las que no somos conscientes, aunque la información o las asociaciones que contienen han sido adquiridas de forma consciente o, tal vez, mediante la telepatía. En definitiva, puede que sea una frase que consiga sus objetivos de marketing, fomenta el interés por los asuntos cerebrales, pero también sigue fomentando la ignorancia.

4.- "...Desaprender...". Es un término muy utilizado en el ámbito empresarial actual, pero puede malinterpretarse; tal vez, sería mejor promover la idea de recontextualizar, porque muchas afirmaciones, como la física newtoniana era correcta, pero no en todas las situaciones, por lo que no hay que desaprenderla, sino limitar su ámbito de aplicación, recontextualizar. La importancia que ha adquirido el término desaprender pone de manifiesto que la cultura y la educación contienen un porcentaje alto de errores que hacen que las personas y las organizaciones sean poco productivas. Carmen Fiestas, fundadora de **www.NuevoManagement.com**, comunicó su opinión al banco que había lanzado una gran campaña basada en esta idea de "desaprender".

5.- "*Porque tú lo vales*". Es una de las frases de mayor impacto, lanzada por una de las principales firmas de cosméticos. Propio de esa industria, fomenta la superficialidad, el egocentrismo y el valor femenino de la mujer objeto del machismo. Es un slogan de la vieja cultura.

En estos mensajes puede diferenciarse, claramente, los contenidos y empresas que fomentan la ignorancia y dificultan el cambio y el progreso, al revés que los mensajes que fomentan el cambio cultural de la Nueva Conciencia, del Nuevo Orden Mundial (no conspirativo) y del **Nuevo Management**; es decir, de los modelos de la actual Era de la información.



@NuevoManagement



nm@nuevomanagement.com