

Una Visión para la Argentina

Hace tiempo habíamos decidido en el equipo, realizar una serie de investigaciones sobre porque nos va como nos va en nuestro amado país, la Argentina.

Queremos dejar en claro que los resultados de la misma, no pueden tomarse como una “verdad” lo suficientemente representativa del pensamiento global dado que el número de encuestados y el acceso restringido a cierta clase social o nivel socioeconómico, no lo permiten.

El trabajo consistió en la toma de una encuesta en donde participaron unas 680 personas. A ellas les hicimos algunas preguntas relacionadas con la arquitectura estratégica de la Argentina, con el objetivo de contrastar la idea sobre el concepto de diseño organizacional y su aplicación a nuestro país.

Los objetivos que perseguimos al realizarla fueron los siguientes:

- Mostrar la utilidad de una herramienta convencional que puede proveer información importante para el diseño de la arquitectura estratégica y organizacional de una empresa, región, país.
- Sacar algunas conclusiones acerca de las respuestas referidas a los conceptos visión, misión, valores, que tanto hemos trabajado a lo largo del texto.

Reiteramos que si bien el trabajo no puede ni debe ser catalogado como una representación de nuestra realidad, si nos parece interesante compartir sus conclusiones.

También guardamos la esperanza de que alguna persona o grupo de trabajo en posición de poder con representación social, pueda de alguna manera inspirarse en él para desarrollar un plan que le permita a la Argentina salir de las crisis cotidianas en las que parece siempre caer en forma irremediable.

Existe cierta diferencia entre un habitante y un ciudadano. Un habitante es aquel que se maneja en un espacio social sin protagonismo. Solo utiliza los recursos y administra sus necesidades tomando lo que necesita de una región o país, sin comprometerse demasiado con él. (Personas en el rol de habitantes).

Un ciudadano es aquel que tiene derechos y responsabilidades, es aquel que se compromete con el destino de su nación. Un ciudadano conoce sus límites y su nivel de implicancia.

Si bien esta nota no nos exime de nuestro escaso protagonismo como tales, esperamos aportar nuestro grano de arena para comenzar el proceso de cambio que sencillamente debe partir de nosotros mismos.

Estructura del trabajo – tipos de preguntas – estructura de la investigación.

TIPO DE RESPUESTAS A TABULAR

Sexo
Edad
Estudios cursados
Tipo de trabajo que desarrolla
Clase social a la que pertenece
Valores representativos de su cultura
Valores que resultan imprescindibles para una sociedad mejor
Como nos vemos los Argentinos
Como le gustaría que nos vean los demás
Como cree que el mundo nos ve
Como imagina a la Argentina dentro de 10 años
¿Usted cree que la Argentina tiene un destino?
¿Ese destino es positivo o negativo?
Si siente orgullo de ser argentino
Quien tiene la culpa de todo lo que nos pasa
Usted cree que los argentinos somos:
Usted cree que los problemas de la argentina son:
Cosas que hacen a un país mejor
Para triunfar en la Argentina hay que tener:
Si tuviera la oportunidad seguiría viviendo o no en la Argentina
Opciones sobre como actuamos
Como le gustaría que sea la Argentina

ITEMS	%
SEXO	
FEMENINO	57%
MASCULINO	43%
TOTAL	100%
EDAD	
18 A 25	19%
25 A 35	26%
35 A 45	14%
45 A 60	41%
MAS DE 60	2%
TOTAL	100%
ESTUDIOS	
PRIMARIO COMPLETO	0%
PRIMARIO INCOMPLETO	0%
SECUNDARIO INCOMPLETO	2%
SECUNDARIO COMPLETO	9%
TERCIARIO INCOMPLETO	8%
TERCIARIO COMPLETO	7%
UNIVERSITARIO INCOMPLETO	33%
UNIVERSITARIO COMPLETO	42%
NINGUNO	0%
TOTAL	100%
TRABAJO	
RELAC. DEPENDENCIA	54%
CUENTA PROPIA	39%
NO TRABAJA	7%
TOTAL	100%
CLASE SOCIAL	
BAJA	6%
MEDIA	81%
MEDIA-ALTA	13%
ALTA	0%
TOTAL	100%

En este trabajo, tenemos una cantidad bastante pareja en lo que respecta al género, 57% femenino y 43% masculino. Los integrantes en un 75% tienen estudios universitarios, y en su gran mayoría conforman la clase media.

De la muestra, un 39% trabaja por cuenta propia, son emprendedores. Como dijimos, si bien la cantidad no es significativa para sacar conclusiones a nivel país, esto nos puede dar una idea de esta actividad y su grado de importancia.

En la consulta realizada sobre los valores “imprescindibles” que debemos generar para convertirnos en una sociedad mejor, se encuentran aquellos que oportunamente fueron transmitidos por las viejas generaciones.

- 1° Educación.
- 2° Justicia.
- 3° Honestidad.
- 4° Trabajo.
- 5° Respeto por las leyes.
- 6° Compromiso con el país.
- 7° Familia (como el elemento contenedor).

Por supuesto, cuando evaluamos como nos vemos a nosotros mismos, aparecen las falencias individuales que hacen su aporte colectivo tanto en las organizaciones como en la sociedad.



Valores imprescindibles para una sociedad mejor	Rta. %
Educación	22%
Justicia	15%
Honestidad	13%
Trabajo	13%
Respeto por las normas	13%
Compromiso	10%
Familia	7%
Otros	7%
TOTAL	100%



Como nos vemos los argentinos	Rta. %
Creativos	10%
Corruptos	8%
Individualistas	8%
Emocionales	7%
Sobervios	6%
Simpáticos	5%
Deshonestos	4%
Burocráticos	4%
Sin principios (nos vamos al vando ganador)	4%
Competitivos	3%
Mal educados	3%
Embaucadores	3%
Impuntuales	3%
Egocentristas Incurables	3%
Seguros de nosotros mismos	3%
Hipócritas	2%
Inconstantes	2%
Perseverantes	2%
Incorregibles	2%
Desestructurados	2%
Colaborativos	2%
Flexibles	2%
Lame botas (chupa medias)	2%
Ineficientes	1%
Cultos	1%
TOTAL	100%

Dentro de la lista expuesta encontramos virtudes y defectos, entre los destacados tenemos:

Defectos.

- 1° Corrupción.
- 2° Individualismo.
- 3° Emocionalidad
- 4° Soberbia.
- 5° Burocracia.
- 6° Falta de convicción & principios.
- 7° Competencia.
- 8° Mala educación.

Virtudes.

- 1° Perseverantes.
- 2° Desestructurados.

- 3° Colaborativos
- 4° Flexibles

Por supuesto, usted puede sentirse no representado dentro de este ejercicio, recuerde que lo que vale es la herramienta de trabajo y el juego de las interpretaciones y su abordaje.

Es imposible negar que la corrupción juegue un papel central en la “auto-apreciación” pero también el individualismo.

Nos han formado dentro de esquemas de pensamiento y trabajo que valoran al “individuo” por sobre el grupo, y por ello, creemos que tanto en las organizaciones como en la sociedad, nuestras actitudes deben ser “individualistas”. No es frecuente ver acciones colectivas auto-convocadas cuando se trata de enfrentar problemas sociales, buena parte de la población busca soluciones dentro de núcleos más reducidos como por ejemplo la “familia” o los amigos, pero en general no nos hemos caracterizado por apelaciones masivas a nivel social, excepto cuando en alguna circunstancia de nuestra vida institucional o particular, hemos tocado fondo. En las organizaciones, lo colectivo está mal visto, y por supuesto los sistemas de remunerar y evaluar buscan la performance individual por sobre lo grupal, aunque uno de los problemas generalmente planteados por la empresa es la falta de “trabajo en equipo”.

Las empresas premian el esfuerzo individual por sobre el grupal, piden trabajo en equipo, pero no quieren planteos colectivos.



Las observaciones sobre cómo nos ven los demás, o en el mundo, es un refuerzo de la auto-percepción. La soberbia y la corrupción son dos antivalores muy claros al igual que la mala educación.

Cuando consultamos como les gustaría que el resto del mundo nos vea, aparece dentro de los criterios principales la “seriedad”. Revisando más a fondo el concepto a través de comentarios adicionales solicitados en base a preguntas abiertas, nos encontramos que seriedad, es en cierta medida el equivalente a “hacer las cosas con sentido común y criterio”, también nos habla del sentido de responsabilidad que debemos tener hacia adentro y hacia afuera en el cumplimiento de las leyes, los contratos, la palabra empeñada.

En igual sentido, en la evaluación del concepto “mala educación” se distingue no la formación sino el “trato dispensado”. Este **disvalor** se ve reflejado en ciertas actividades organizacionales vinculado con el público externo como ser proveedores y clientes. La falta de cortesía y amabilidad, suele ser una de las variables importantes a la hora de espantarlos.

Cuando se habla de las diferencias entre lo “público” y lo “privado”, algunos partidarios de lo público han querido denostar la actividad privada diciendo que los ciudadanos “no pueden ser tratados como clientes”, en clara alusión a uno de sus objetivos centrales, la búsqueda de rentabilidad. Sobre este punto es interesante aclarar que la actividad privada como dijimos, pierde clientes porque los mismos no son tratados como tales. Sería muy beneficioso para los ciudadanos que desde el sector público se los trate como verdaderos clientes, porque una empresa consciente de su verdadero aporte, intentaría siempre retenerlos y generales valor agregado. Las buenas empresas cuidan de sus clientes y muchos de ellos se convierten en fanáticos.

La Argentina y el futuro.

En el trabajo realizado también consultamos sobre el futuro y la percepción de la Argentina.

La gran mayoría de los encuestados cree que la Argentina tiene un destino positivo, y se siente orgulloso de ser argentino. Cuando se analiza el “porque estamos como estamos”, en primer lugar surge la autocrítica y la falta de unión entre nosotros, lo que representa un 48%, pero también existe un cuestionamiento importante sobre el liderazgo político que se lleva el 39%. Esto representa un círculo vicioso porque los líderes surgen de las sociedades. Es evidente que este proceso reforzador es complejo por cuanto el “cambio” debería llegar desde el censo de nuestra sociedad pero si no es impulsado en ambos sentidos será difícil provocarlo. En una organización empresarial, los líderes no siempre surgen de sus entrañas, muchas veces son contratados, pero la idea termina siendo la misma. Si la gerencia general no se compromete con el largo plazo y trabaja sobre la Visión, la suma de los esfuerzos individuales no llegará a buen puerto.



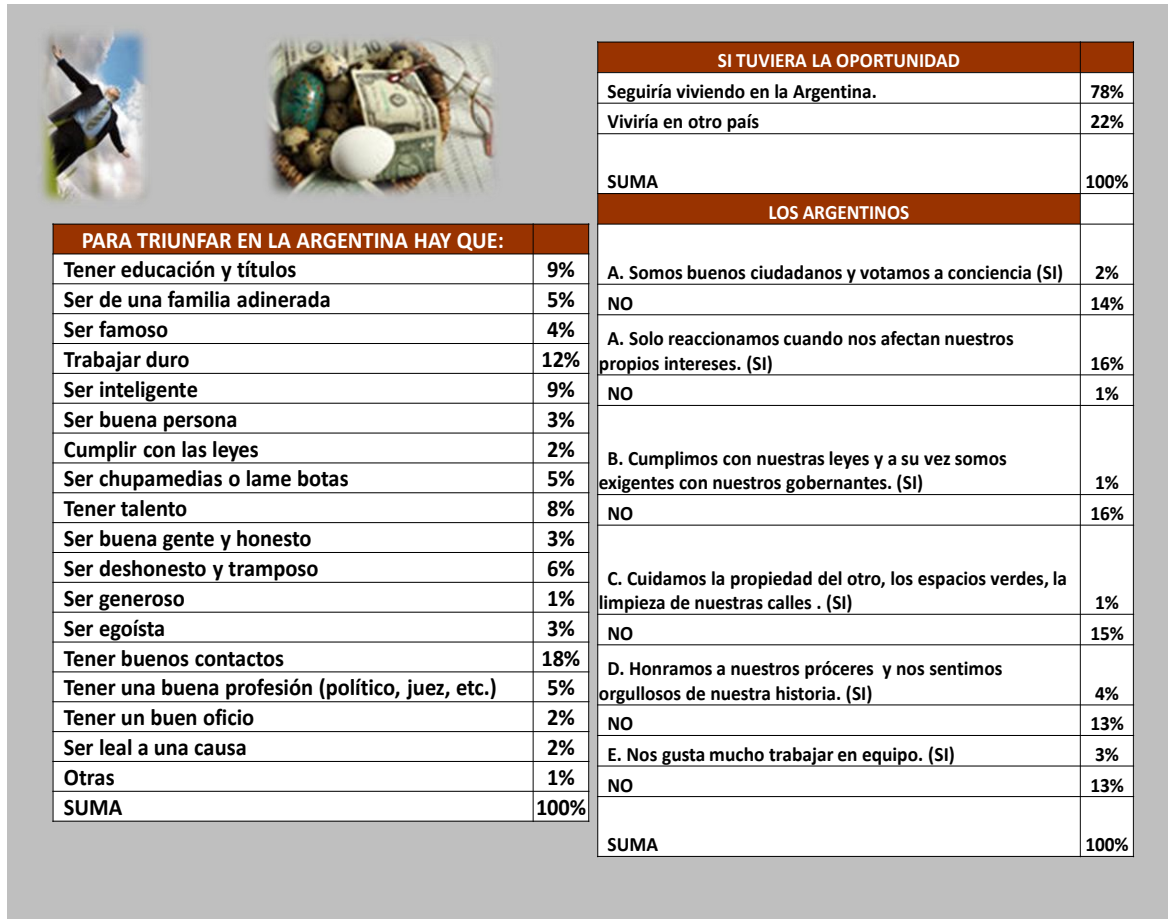
COMO IMAGINA A LA ARGENTINA EN 10 AÑOS	
Igual que ahora	38%
Mejor que ahora	36%
Peor que ahora	26%
SUMA	100%
USTED CREE QUE ARGENTINA TIENE DESTINO	
SI	72%
NO	28%
SUMA	100%
ESE DESTINO ES POSITIVO O NEGATIVO	
POSITIVO	67%
NEGATIVO	33%
SUMA	100%
USTED CREE QUE LA ARGENTINA:	
Tiene un gran futuro	31%
Tiene un mal futuro	8%
Se mantendrá así, con momentos buenos y malos en forma permanente.	62%
SUMA	100%

¿UD.SIENTE ORGULLO DE SER ARGENTINO?	
SI	70%
NO	30%
SUMA	100%
QUIEN TIENE LA CULPA DE TODO LO QUE PASA	
Nuestros padres	0%
La mala suerte	0%
Nuestro destino	0%
Nuestra naturaleza (somos latinos)	4%
La falta de unión entre nosotros	18%
La falta de líderes buenos	21%
La educación recibida de nuestros padres	0%
Los gobernantes que tenemos	19%
Nosotros mismos	30%
La falta de leyes	6%
Los enemigos externos (países, instituciones, etc.)	2%
SUMA	100%
USTED CREE QUE LA ARGENTINA ES:	
Una sociedad que se conforma con poco	14%
Una sociedad que participa y se interesa por su futuro	2%
Una sociedad muy exigente que quiere mejorar	1%
Una sociedad desilusionada que no encuentra el rumbo	28%
Una sociedad que merece un presente mejor	35%
Una sociedad que tiene lo que se merece	19%
SUMA	100%

Las respuestas sobre el futuro, revelan un alto grado de incertidumbre y desconfianza en los liderazgos. Si bien solo el 26% cree que la situación empeorará, el 62% cree que la situación se mantendrá en equilibrio, un equilibrio negativo entre momentos buenos y malos. Cuando en la encuesta consultamos sobre el tipo de sociedad que somos, las respuestas más significativas tendieron hacia la autocrítica y al deseo. La primera se observa en la respuesta que recoge el 61% (somos una sociedad que se conforma con poco, que no encuentra el rumbo y tiene lo que se merece), y la segunda vinculada en tiempo presente, la que recoge el 35% (una sociedad que merece un presente mejor).

Sobre la pregunta “que hay que tener para triunfar en la Argentina”, vuelven a surgir los valores que marcamos al principio, la educación 9% y el trabajo duro 12%, pero también se agregan algunos condimentos adicionales, siendo el principal la necesidad de contar con “contactos”. Hay estudios realizados sobre la incorporación de personal en las organizaciones que dicen que las mejores posiciones se consiguen a través de

”contactos”, lo mismo que las condiciones de trabajo. Aquí también entra a jugar el problema de los “merecimientos”. ¿Quién llega a la cima, la persona que edifica una carrera a través del esfuerzo, o aquella que sabe como relacionarse?



Los encuestados no desprecian el talento y la inteligencia como condición, pero la que resalta sobre el resto es la respuesta “tener buenos contactos”. Coincidimos en un buen manejo del networking como una excelente herramienta para lograr metas.

Por último, la inmensa mayoría declara que seguiría viviendo en la Argentina (78%), rescatando las bondades de un país con una geografía y naturaleza impactantes.

Dentro del concepto de autocrítica, observamos como respuestas significativas las siguientes:

1. Solemos reaccionar cuando nos afectan nuestros propios intereses, lo que habla del “individualismo”, reforzada en la respuesta sobre trabajo en equipo.

2. No solemos votar a conciencia.
3. No cumplimos con las leyes.
4. No cuidamos la propiedad del otro, nuestro prójimo.
5. No honramos a nuestros próceres como correspondería hacer, lo cual nos marca el nivel de desunión existente, salvo para evento superfluos como los deportivos.

UD. CREE QUE LOS PROBLEMAS DE ARGENTINA SON:		COMO LE GUSTARIA QUE SEA LA ARGENTINA.	
La falta de educación	24%	Como Japón	8%
La economía y la falta de empleo	11%	Como España	5%
La falta de instituciones sólidas	13%	Como Italia	5%
La falta de una visión compartida que nos una	16%	Como otros países de Europa (Alemania, Francia, Holanda)	23%
La falta de una estrategia clara	15%	Como Suecia	8%
La falta de mejores líderes	18%	Como Canadá	16%
Los problemas mundiales	2%	Como EE.UU.	6%
Otros	1%	Como Cuba	1%
SUMA	100%	Como Brasil	10%
COSAS QUE HACEN A UN PAIS MEJOR:		Como La India	1%
La educación	23%	Como Israel	1%
Las leyes	8%	Otros	16%
La justicia	15%	SUMA	100%
La actitud de su gente para poner el hombro	8%		
La familia	10%		
Unos buenos gobernantes	13%		
Unas buenas instituciones	11%		
Que todos sean descendientes directos y no extranjeros	0%		
La democracia	9%		
Un buen control fronterizo (que no entren ilegales)	2%		
Otros	1%		
SUMA	100%		



Una consulta adicional que hicimos para tener un parámetro sobre cuál sería el país ideal, fue la de consultar sobre cómo le gustaría al encuestado que la Argentina sea. Europa parece ser la elegida, y Canadá fue la opción con el 16%. Un país que apareció en las consideraciones fue Brasil con el 10%. Curiosamente, países como EE.UU. , España e Italia, están por debajo de la consideración de aquellos de raíz no latina.

Entre ellos se mezclan Suecia Y Japón con el 8% cada uno.

Las consideraciones sobre lo que hace a un país mejor que otros y su vinculación con los problemas de la Argentina mostraron con claridad los problemas de diseño y estrategia organizacional. Si nos tomamos el tiempo de ver, el 24% de los mismos son consignados como de educación y el 18% sobre el liderazgo, pero el 16% se enfoca en la visión y un

15% sobre la estrategia. Si graficáramos estos datos dentro del concepto de diseño organizacional, tendríamos lo siguiente:



Si esta encuesta la hubiéramos realizado en sectores marginales, de seguro todos los porcentajes hubieran cambiado y la influencia de la economía y la falta de empleo cobraría un papel central, no obstante ello, la placa representa la relación sistémica entre los elementos de la arquitectura organizacional. La economía y el empleo, son consecuencia de, y no la causa. Esta es quizás una de las conclusiones más importantes que podemos sacar sobre el tema.

Como dijimos oportunamente, las causas sobre los problemas de la Argentina son múltiples y este trabajo nos puede brindar solo algunos indicios, pero es interesante destacar que aunque todos los indicadores que hemos expuesto puedan mejorar, si lo hicieran en forma inconexa, solo obtendríamos desperdicio de sinergia y efectos de corto plazo. Si no fuere así, entonces ¿cómo podría explicarse la no continuidad de los procesos económicos de cierto éxito logrados en los momentos históricos contemporáneos de la Argentina?, con este trabajo queremos por lo menos dejar expuesto nuestro convencimiento acerca de las causas de la problemática de nuestro país. Es indudable que nos hace falta un norte, y una serie de reglas que nos permitan mantener el rumbo, y como dicen los encuestados, un liderazgo y una estrategia para llegar hasta allí. No descartamos otras, pero el diseño organizacional es claramente una razón, y creemos que un país Davinci no puede erigirse sin este condimento. Dejamos para profesionales de otras áreas y conocimientos las restantes.

El trabajo - encuesta que hemos presentado, responde a tres cuestiones fundamentales. La primera fue la intención de realizar un humilde aporte a la comprensión de una de las causas por las cuales nuestro país no termina de despegar. La segunda fue la de transmitir nuestro profundo sentido de responsabilidad para con la situación vigente, nos incluimos como factores críticos y reconocemos nuestros errores al no participar con nuestro pequeño aporte a cambiar la realidad. En tercer lugar, creemos que dicho trabajo es importante porque un país Da Vinci es posible, y Argentina tiene mucho de Leonardo. Es un país donde los emprendedores brotan como los jugadores de fútbol, y en donde existe la materia prima para lograr un bienestar futuro. Lamentablemente se ha carecido de liderazgos y principios que lo sustenten.



¿No seremos como el elefante?

Había una vez...un elefante en una función de circo, que hacía despliegue de peso, tamaño y fuerza descomunal, pero después de su actuación y hasta un rato antes de volver al escenario, se quedaba sujeto solamente por una cadena que aprisionaba una de sus patas a una pequeña estaca clavada en el suelo. La estaca era sólo un minúsculo pedazo de madera apenas enterrado unos centímetros en la tierra, y aunque la cadena era gruesa y poderosa, parecía obvio que este animal capaz de arrancar un árbol con su propia fuerza, podría con facilidad, arrancar la estaca y huir.

¿Por que no huía? Pregunté entonces a su cuidador, este respondió: "el elefante del circo no escapa porque ha estado atado a una estaca parecida desde que era muy pequeño".

Seguramente en aquel momento el elefante empujó, tiró y sudó tratando de soltarse, y a pesar de todo su esfuerzo no pudo, pues la estaca era ciertamente muy fuerte para él. Ese día se durmió agotado y que al día siguiente volvió a probar, y también al otro día y el que siguió. Hasta que un día, un terrible día para su historia, el animal aceptó su impotencia y se resignó a su destino.

Este elefante enorme y poderoso no escapa porque "cree que no puede", ya que recuerda su impotencia, y lo peor es que jamás se lo ha vuelto a cuestionar seriamente. Y nunca más intentó poner a prueba su fuerza otra vez.

Detrás de esta apariencia que hemos construido ante el mundo, mezcla de soberbia e irracionalidad, en el fondo nos parecemos mucho a este elefante porque no intentamos poner a prueba nuestra fuerza una vez más. Esto se nota en diversos campos de actuación. En el nivel secundario de educación por ejemplo, los alumnos actualmente pueden no aprobar una cantidad importante de materias de estudio dado que solo tienen que recuperar el módulo en el cual les fue mal. En la realidad, esto significa que un estudiante puede dejar pendientes siete materias en el año lectivo y aprobarlas todas en el primer turno, lo cual habla de una baja en los niveles de exigencia. Hace años que los alumnos de nuestras universidades públicas estudian de fotocopias.

"....Es conocido el entusiasmo que en Japón despiertan las coloridas pinturas de van Gogh y Toulouse-Lautrec. Por eso, no causó extrañeza que el museo de Kyoto manifestara la intención de organizar una exposición de sus obras. Se dirigieron al ayuntamiento de Toulouse y al museo de Albi y aceptaron todas las condiciones que impusieron los franceses. Aseguraron cada cuadro

en el doble del precio de mercado y, como muestra de gratitud, donaron al museo un modernísimo sistema de luminosidad y atmósfera controlada.

Cuando las obras fueron desembaladas en Kyoto, comprobaron que el cuadro "Portrait de Marcelle" había desaparecido. Días más tarde, la embajada francesa en Tokio recibió la visita de una comisión que confirmaba la noticia y le entregaron un cheque con la cifra asegurada, pese a que la compañía de seguros no había liquidado el siniestro. El embajador francés, viendo la humillación y congoja de los japoneses, intentaba aliviarlos, bromeando deliberadamente sobre el asunto y comentando que en realidad Francia había hecho un gran negocio porque cobraba más de lo que el cuadro valía. Pero tuvo que cortar sus palabras al notar que la aflicción de los japoneses aumentaba en lugar de disminuir.

El portavoz del grupo le explicó que el principal mensaje de la comisión no era entregarle el cheque sino comunicarle que el encargado del museo de Kyoto se había suicidado asumiendo su responsabilidad y, de este modo, limpiado su honor por esa mancha. Al retornar los cuadros a Francia, descubrieron que la tela desaparecida se había traspapelado en el depósito de embarque por descuido de los encargados del despacho aéreo...." Publicada 01/06/2006 - Economic Focus / Antonio I. Margariti

Tomas A. Edison decía que para producir un invento genial se necesita un 1 % de inspiración y un 99 % de transpiración. En nuestro caso, no tan solo debemos deshacernos de la cadena mental de la mediocridad, sino también tener la aptitud y la actitud para asumir nuestras responsabilidades como ciudadanos, cualquiera sean y ponernos a trabajar con ahínco y en forma sostenida para generar un estado de bienestar perdurable. Es probable que volvamos al cauce el día que volvamos a sentir que la responsabilidad no es como diría James Hunter en su libro "La Paradoja", un fútil ejercicio de despachar obligaciones, sino un honor, tal como lo sienten los japoneses.

Espero que el trabajo haya sido de su agrado. Nos encontramos a disposición para evacuar dudas y consultas sobre el particular.



Lic. Claudio M. Pizzi

Director

www.Dorbaire.com