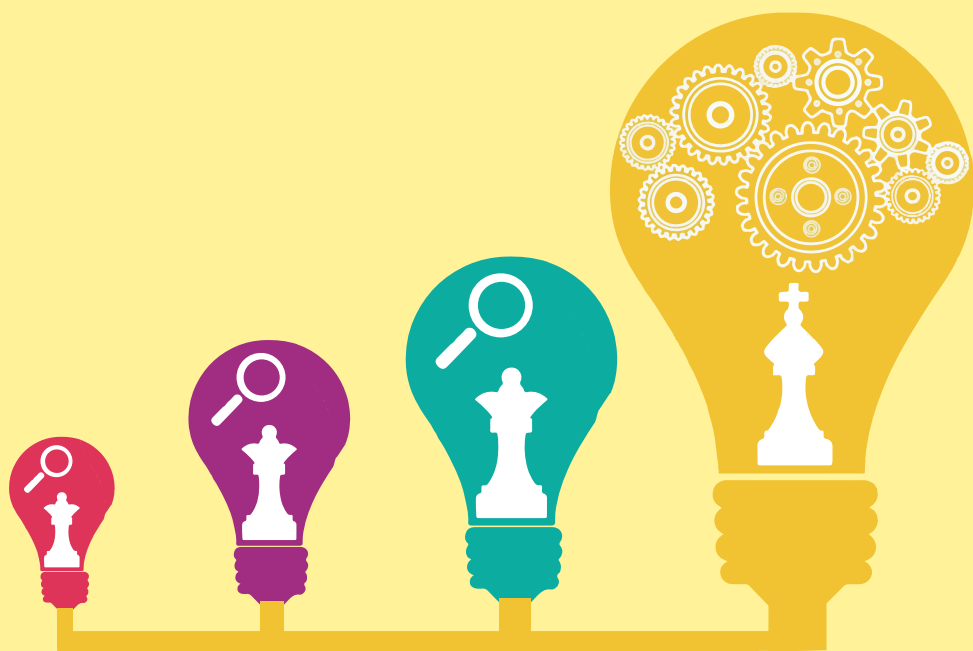


LIDERAZGO

Una mirada desde la proxemia



Ramiro Gamboa Suárez
Carlos Alberto Vera Pirela
Luis Alfredo Jiménez Rodríguez

ECOE
EDICIONES

Gamboa Suárez, Ramiro

Liderazgo : una mirada desde la proxemia / Ramiro Gamboa Suárez, Carlos Alberto Vera Pirela, Luis Alfredo Jiménez Rodríguez. -- 1a. ed. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2017. 90 p. -- (Ciencias empresariales. Emprendimiento y liderazgo)

Incluye bibliografía.

ISBN 978-958-771-508-8 -- 978-958-771-509-5 (e-book)

1. Liderazgo 2. Liderazgo social I. Vera Pirela, Carlos Alberto
II. Jiménez Rodríguez, Luis Alfredo III. Título IV. Serie

CDD: 303.34 ed. 23

CO-BoBN- a1007712



Colección: Ciencias empresariales

Área: Emprendimiento y liderazgo

ECOE
EDICIONES



© Ramiro Gamboa Suárez

© Carlos Alberto Vera Pirela

© Luis Alfredo Jiménez Rodríguez

© Ecoe Ediciones Ltda.

e-mail: info@ecoeediciones.com

www.ecoeediciones.com

Carrera 19 # 63C 32, Tel.: 248 14 49

Bogotá, Colombia

Primera edición: Bogotá, septiembre de 2017

ISBN: 978-958-771-508-8

e-ISBN: 978-958-771-509-5

Dirección editorial: Angélica García Reyes

Corrección de estilo: Andrea Sierra

Diagramación: Magda Rocío Barrero

Carátula: Andrés Gamba Perez

Impresión: La Imprenta Editores

Calle 77 # 27 A - 39

*Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio
sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.*

Impreso y hecho en Colombia - Todos los derechos reservados

CONTENIDO

PRÓLOGO	IX
----------------------	-----------

CAPÍTULO 1: TÍTULO DEL CAPÍTULO SERVIL O SERVICIAL, ¿CUÁL ES EL PARADIGMA DEL LÍDER SOCIAL?..... 1

Introducción.....	3
Servil o servicial. Cuál es el paradigma del líder social	4
Líder social, un apóstol o guía comunitario.....	5
Líder servil o servicial	6
Servicial vs. servil.....	8

CAPÍTULO 2: LIDERAZGO SOCIAL CON CONCIENCIA

FILOSÓFICA.....	15
Caracterización de líder social.....	19
El liderazgo social.....	24
Liderazgo y gestión.....	27
Hacia la conciencia filosófica y social del liderazgo.....	29

CAPÍTULO 3: EL LÍDER POLÍTICO COMO CATALIZADOR DE LA GESTIÓN SOCIAL 31

Perspectivas del liderazgo político	35
Del liderazgo político al líder social.....	38
Características que debe reunir el perfil del liderazgo político	41

CAPÍTULO 4: EL LÍDER COMPETENTE CON SENSIBILIDAD

SOCIAL	47
Competencias del líder social	50
Inteligencia social y liderazgo	55

CAPÍTULO 5: EL LÍDER COMPROMETIDO CON LA PROXEMIA

SOCIAL	59
El líder proxémico y la nueva era de la colaboración	64
El líder, su compromiso y la proxemia social.....	68

CAPÍTULO 6: LA CULTURA FAMILIAR DEL LÍDER COMO

MODELO SOCIALIZADOR PARA EL DESARROLLO SOCIAL.....	73
El líder familiar como eje fortalecedor de los proyectos de emprendimiento social	80

BIBLIOGRAFÍA	85
---------------------------	-----------

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 Cualidades del lider	19
FIGURA 2 Posibles circunstancias en la cohesión de grupo	24
FIGURA 3 Características del liderazgo político	36
FIGURA 4 Formas de dominación para el liderazgo político según Max Weber.....	37
FIGURA 5 Cualidades de inteligencia social	57
FIGURA 6 Estimulos del lider	68
FIGURA 7 Zonas de distancia entre personas al hablar.....	70

PRÓLOGO

Cuando empezamos el proceso de escritura de este libro, lo hicimos pensando en las distorsiones sociales de los países latinoamericanos, las cuales parece que se repiten constantemente, como un reflejo que afecta a la sociedad. Por esto creemos que en la gerencia posmodernista, en el ámbito de la sensibilidad humana, ha faltado una visión de acercamiento hacia el prójimo; visto este (acercamiento) más como una necesidad para cubrir esas experiencias, en ocasiones negativas, que nos ha tocado vivir en las empresas o comunidades y que aún no ha sido cubierta. Nos referimos a una cultura dialógica por parte de los líderes, así como a un acercamiento más afectivo y responsable.

Estas reflexiones llevan a plantear los siguientes interrogantes ¿por qué en Latinoamérica no existe una cultura humanizada de los líderes? ¿Por qué después que han utilizado la movilización de sus seguidores para ocupar una plaza pública o privada dan la espalda? La respuesta es muy sencilla, la cultura proxémica. Este término seguramente es desconocido para muchos y quizás no saben para qué puede utilizarse; de ser así, comprenderían que la proxemia

es una estrategia efectiva que emplean diversos profesionales para alcanzar sus metas, ya sean líderes políticos, gerentes o docentes, entre otros.

Es por esta razón que, en la investigación para la construcción de esta obra, las respuestas recibidas por la mayoría de consultados fue que ellos desconocían esta herramienta como apoyo para liderar sus organizaciones y comunidades. Con estas bases, el fin de la obra consiste en: darle información adicional al líder social para que este agregue más valor a su trabajo con el colectivo, al gerente para que promueva mayor sintonía con sus colaboradores, al docente para que comprenda que es un gran motor para sus alumnos en el desarrollo de sus competencias y a la comunidad en general, porque conseguirá herramientas que le permitan ser más asertiva a la hora de seleccionar a quién apoyar, así como a elegir quién conducirá el camino al desarrollo de su pensamiento.

Por su parte, a los líderes sociales que se quieren comportar como políticos se les sugiere no comprar conciencias y trabajar en pro de generar mayor libertad económica y social en la sociedad, mediante la cultura del emprendimiento; así como brindar mayores oportunidades de autosustento a las familias. Al líder de familia se le sugiere ofrecer mayor calidad de vida a su entorno efectivo y a los gerentes organizacionales se les recomienda captar limpiamente la admiración de sus colaboradores como única vía para fortalecer y vincular los valores corporativos.

No cabe duda que la intención de los autores es de conciencia positiva, buscando que los países latinoamericanos se vinculen a la nueva era del liderazgo, que vean en una sociedad sana la oportunidad de ser cada día mejores, brindándoles a las comunidades y sectores sociales el momento de ser escritores de su propia historia y garantes de sus destinos.

En tal sentido, el aporte de esta obra permitirá que aquel que decida rodearse de seres humanos que le acompañen en su quehacer o en su rol gestor posibilita en ellos la interacción permanente y la creación de equipos, así como entes con alto grado de espiritualidad, eficiencia y competitividad en la posmodernidad y globalidad.

Los autores

CAPÍTULO 1

SERVIL O SERVICIAL,
¿CUÁL ES EL PARADIGMA DEL
LÍDER SOCIAL?



Los problemas del mundo y de nuestro país solo entrarán en vías de solución con el concurso de muchos y la participación de los mejores. Para ello es indispensable el surgimiento de un liderazgo auténtico.

Lorenzo Servitje

Introducción

En el siglo XXI, los temas relacionados con la gerencia y el liderazgo asumen mayor relevancia en la medida en que las organizaciones se hacen cada vez más competitivas y se enfrentan a nuevos desafíos en el orden social, político, cultural y tecnológico, entre otros, en un mundo globalizado. Se obligan a adaptarse a esos cambios que van desde lo individual hasta equipos, gerencia y organización. En consecuencia, ante esos desafíos es menester crear modelos teóricos que respondan a la cultura hispanoamericana.

Por tal razón, en un momento cuyo signo principal es el cambio, resulta apremiante el estudio de la capacidad de dirigir, orientar y fortalecer el esfuerzo colectivo hacia la continua innovación y adaptación a las nuevas circunstancias. En medio de los mares turbulentos es indispensable detectar y formar hombres y mujeres capaces de encontrar los rumbos y opciones de un nuevo siglo, cuyas fronteras aún son desconocidas y les llevarán a presentar nuevos retos.

Servil o servicial.Cuál es el paradigma del líder social

Para hacer referencia al líder social se requiere conceptualizar el término *líder*, el cual se escucha y menciona con recurrencia ya sea en el trabajo, en el colegio o con los amigos. Según Cartwright (1971) y Kotter (1999), se entiende al líder como la persona que ocupa un puesto de liderazgo. Para la Real Academia de la Lengua Española, el líder es la persona a la que un grupo sigue, reconociéndola como jefe u orientadora.

Un líder acompaña a las personas en un trayecto, guiándolas hacia su destino, esto implica mantenerlas unidas como grupo mientras las conduce en la dirección correcta. Sin embargo, el término “liderazgo” ha sido definido desde muy diferentes enfoques:

- “Líder es la persona capaz de ejercer influencia en otros, para dirigirlos y guiarlos efectivamente hacia el logro de objetivos y metas organizacionales” (Gómez, 2008).
- Liderazgo es el proceso de influir, guiar o dirigir a los miembros del grupo hacia la consecución de metas y objetivos organizacionales.
- El papel más importante del líder es influir en otros para lograr con entusiasmo los objetivos planteados (Mintzberg, 1980).
- Liderazgo es “cualquier tentativa para influenciar el comportamiento de un individuo o de un grupo”.

En ese sentido, el líder tiene la facultad de influir en otros sujetos. Su conducta o sus palabras logran incentivar a los miembros de un grupo para que trabajen en conjunto por un objetivo común. [Según Senge] un líder es una persona que participa en la organización, modelando su futuro; es capaz de inspirar a las personas a su alrededor, así como de realizar actividades difíciles y de probar nuevas [estrategias, esto significa] andar para adelante (Berenstein, 2010).

“La palabra líder es muy ambigua. Muchos la usan como sinónimo de patrón” (Berenstein, 2010). Aunque algunos creen que cualquier persona puede ser un patrón, no es adecuado pensar de esta ma-

nera. Por otra parte, el liderazgo es un proceso a través del cual una persona influye en la conducta de otras para el logro de objetivos específicos. Los grandes líderes son aquellos que son capaces de motivar al personal para que consigan unidos más de lo que podrían lograr por sí solos (Stanton, Buskirk, y Spiro, 1997, p. 296).

Líder social, un apóstol o guía comunitario

Para hacer mención al líder social se debe tener en cuenta el estilo comportamental de este, por cuanto no es fácil comprender cuál es su esencia y su participación en las comunidades. Un líder social tiene que ser referencia en las comunidades, su capacidad de captar seguidores es más compleja que la de cualquier otro estilo de dirigir, y lo que es más importante aún, la capacidad sensibilizadora que debe poseer, por tal razón, su perfil es más complejo que el de cualquier gerente social, toda vez que debe saber entrar al modelo cognitivo social, a ese tejido social que, en la mayoría de los casos, un líder político olvida en su quehacer para captar seguidores.

Cuando se piensa en el rol de un líder social, “es importante comprender la relevancia de un cambio sin problemas en cualquier organización”, señala Gimeno (2013). Y continúa el autor: “el mejor tipo de cambio es el que se produce a través del consenso, y eso no puede suceder sin un líder social”, por esa razón, el liderazgo social es especialmente necesario para los grupos que tienen y requieren aceptar cambios. Así se procede, con frecuencia, en el caso de las comunidades familiares. No se puede obligar a una familia a cambiar la forma en como organiza un negocio que emprenda y que a la larga será de su propiedad; en este caso, los grupos familiares requieren de un líder social que les oriente a admitir e integrar los cambios.

Un líder social debe tener en cuenta que sus actividades como constructor social tienen que ser explícitas sobre cuál es su papel como orientador de comunidades, con el fin de que se estructure el tejido social. Deben ser transparente sus intenciones. Las cooperativas familiares esperan que no haya una agenda oculta en términos de interés personal del líder; por tanto, este personaje debe tener un perfil legítimo y honesto, con alto grado de responsabilidad y, sobre todo, un nivel elevado de altruismo. También debe poseer una capacidad relacional consolidada, que permita enfrentar retos vinculados con

la complejidad de los procesos de cambio; por tal razón, los líderes sociales deben gozar de autoestima elevada, de manera que sean reconocidos como seres ejemplares, con gran sentido del compromiso. Además, deberían tener algunas cualidades como ser: humildes, hospitalarios, buenos mediadores, negociadores y con una vida ejemplar que les permita ser dignos de reconocimiento social y libres de conflictos existenciales.

En ese orden de ideas, los líderes sociales llegan a sacrificar parte de sus comodidades por centrar su atención en lograr el cambio comunitario sin dificultades, y el éxito no solo es de ellos, sino de toda la comunidad, dejando una sensación de optimismo y sensibilidad por sus luchadores sociales.

Para un líder social, el trabajo significa dedicar su vida y talento por mejorar la sociedad, independientemente de la posición social y privilegios alcanzados, generando una cosmovisión de participación, inclusión y promoción de los valores de lealtad y honestidad; delegando parte de su responsabilidad a los seguidores, otorgando como herencia una sociedad libre de egoísmo, con compromiso, pero, sobre todo, con calidad de vida, siendo protagonistas de toda una experiencia de vida, protegiendo la libertad, preservando la paz y garantizando la prosperidad para la mayor cantidad de personas posible.

Líder servil o servicial

Para la sociedad, el que las comunidades trabajen mancomunadamente es sinónimo de éxito en lo que se propongan hacer, lo importante de trabajar en equipo son las metas cumplidas y los beneficios que aportan a la comunidad, por cuanto estos son la clave del dinamismo que permite alcanzar beneficios comunes. El servir al prójimo en aras de crecer cooperativamente hace más loable el trabajo comunitario; no se piensa en el beneficio individual sino colectivo; lo que amerita tener que prestarse apoyo incondicional en las diferentes actividades a emprender dentro del grupo comunal donde se está desarrollando el proyecto.

En este sentido, el líder que orienta a esa masa trabajadora en el mejoramiento económico y en el desarrollo de proyectos

emprendedores del colectivo social sabe que trabaja, se esfuerza y realiza algunos sacrificios para apoyar todas las labores organizadas de ese grupo comunal, contribuyendo a diseñar el tejido social que se vincula al desarrollo de las comunidades, las ciudades y el país en general. El ser servicial es una fortaleza del líder comunitario; no debe considerarse como una condición de servilismo, no significa que su participación llegue a términos de perder su dignidad a propósito.

Con base en lo expresado, sobresale la relevancia del servicio en las organizaciones, independientemente de su tamaño y su tipo, ya sean grandes, medianas, pequeñas, públicas o privadas, tal como lo expresan Álvarez de Mon y otros (2001, p. 10) “... la empresa es un instrumento de servicio para la satisfacción de las necesidades humanas, elevando los motivos de las personas que forman parte de esa organización”. Esa aseveración conduce a reflexionar sobre dos escenarios presentes: el primero, la empresa u organización en cuyo lugar los individuos aprenden; el segundo, la misión de la gerencia de enseñar a las personas a prestar un servicio tanto a sus clientes internos como externos.

En consecuencia, las personas no solo aprenden los aspectos técnicos profesionales, sino, por el contrario, se instruyen en cómo servir para ser líderes, convirtiendo sus conocimientos técnicos en instrumentos de servicio para los demás. Es propicio destacar la afirmación “los individuos de cualquier organización deben servir para ser líderes”, la cual es acorde con lo expresado por los principales teóricos del tema, quienes han desarrollado teorías y modelos de liderazgo. Además, a la luz de los nuevos paradigmas y perspectivas del siglo XXI, un buen líder es quién posee los atributos y características señaladas por los teóricos durante mucho tiempo atrás.

Tal y como argumentan Moreno y Godoy (2012), por cuanto no solo sirven a ellos mismos y a su organización, en donde se ofrecen u otorgan algunas recompensas, reconocimientos o poder, sino, por el contrario, contribuyen a prestar un servicio a las personas, a quienes la organización sirve. Por su parte, Robert Greenleaf, citado por Blanchard (2007, xix), señaló “primero sirvan y después

lideren”. Tal afirmación coincide con la postura profesional de esta obra y el discurso presentado en los párrafos anteriores; no basta con autodenominarse líder porque el perfil cumple con lo expresado por algunos de los destacados teóricos sobre liderazgo, de allí que el servir debe ser una característica para convertirse en un buen líder.

El liderazgo es un fenómeno social, constituido por dos elementos esenciales: el que influye y los que son influidos. Dentro de esta interacción se puede analizar la eficacia o efectividad de los que dirigen (Reddin, 1974). Un líder puede ser muy efectivo con un equipo de trabajo y sin embargo ser ineficaz con otro; no obstante, el liderazgo se está dando, hoy por hoy, en un nuevo contexto y en un nuevo mundo, en el que la información y el conocimiento cobran una nueva dimensión; así como el valor de las personas retoma una perspectiva innovadora con relación al capital o a los medios de producción (Drucker, 1992). Estos cambios exigen nuevas concepciones y modelos para conducir a las organizaciones, a los grupos y a los países.

Servicial vs. servil

Etimológicamente, *servicial* y *servil* provienen de la misma raíz “al servicio de” con la diferencia de la diligencia y prontitud del primero, a la servidumbre del segundo, incluso utilizado el término *servil* en actitudes de baja estima y sumisión. Considerando que durante mucho tiempo se consideró al servir como una actividad servil, pero definitivamente lejos de la realidad, servir tiene que ver con ser servicial y ser útil; es decir, poner nuestra persona, nuestro tiempo y nuestras habilidades a la orden de los demás, para contribuir a que estos satisfagan sus necesidades.

Aunque, el hecho de *ser servil* solo significa “aparentar ser servicial” cuando lo que existe es algún tipo de interés específico hacia la persona a la cual se pretende servir. El *servilismo* está relacionado con la adulación y el puro interés y no con el sentido del beneficio a otros. Es por eso que se suele escuchar la expresión “nosotros no tenemos por qué ser los que le carguemos las maletas a los turistas”, porque estos son iguales a nosotros. En este ejemplo se parte del principio

de que cargar maletas no es una actividad digna y honorable. Lo que debe preguntarse es: ¿Cómo a partir de cargar maletas es posible iniciar un proceso de crecimiento personal que les permita, en un futuro, desempeñar una actividad de superior valor agregado y que, además, les genere mayor nivel de satisfacción personal?

Al fin y al cabo, por cargar las maletas se recibe una remuneración, que podría servir para sustentar otra actividad que le permita a la persona superarse, como estudiar una carrera o aprender un oficio o un idioma. Sin embargo, la diferencia entre quienes se desarrollan y crecen profesionalmente y quienes no lo hacen está fundamentalmente en lo que son capaces de sacrificar y hacer hoy, para lograr algo mejor mañana. Por lo tanto, es clave que la gerencia le infunda esto a cada uno de sus trabajadores para que estos no se mantengan sumidos en un estado permanente de resentimiento, que solo los mantiene pensando que otros sí pueden hacer las cosas que ellos no pueden hacer, por tal razón hay que empoderarlos para que sean más innovadores en sus cargos.

Cuando se habla de *servil* es en función de los intereses que pueden llevar a una persona a ejecutar una actividad donde el concepto deseado obtendrá un beneficio desde el acatamiento de preceptos no acordes en su totalidad con sus valores.

Cuando una persona siente que hace algo porque “le toca”, entonces no se corresponde con sus responsabilidades ni nace de un autoconvencimiento donde aporte un valor añadido, sino que surge de la necesidad de cubrir exigencias externas, aunque luego piense “tengo que hacerlo por mi bien”; en este caso la persona incurre en una autoagresión.

El ser servicial en una época como la actual donde se cultiva con tanto esmero el “espíritu de servicio” es muy frecuente caer en el servilismo sin darse cuenta. Cuando se duda ante un cometido o situación es posible que el simple interrogante esté haciendo un llamado a decidir entre la auténtica voluntad y la necesidad.

El servilismo no responde a sentimientos de sana entrega, sino de objetivos transgresores a la esencia de las personas donde la idea de estar andando desde posibles humillaciones hasta simples

LIDERAZGO

Una mirada desde la proxemia

La proxemia se ha considerado como un proceso simbólico más que dinámico, más gestual que dialógico, es una estrategia que han usado los líderes que aspiran a ser reconocidos por su trabajo social, gerencial y político. Esta obra permitirá a aquellos líderes reflexionar sobre cómo aumentar la credibilidad de sus seguidores mediante la aproximación física y espacial, sustentada en el diálogo y el comportamiento y compromiso del líder con ellos.

El libro realiza un recorrido por las experiencias de líderes sociales, políticos y organizacionales, quienes hacen vida en sus diferentes áreas y pretenden obtener beneficios al contar con seguidores. La obra procura definir al líder no bajo una receta gerencial, sino como alguien social, cercano y accesible a sus seguidores, sensible y, principalmente, un ejemplo.

La obra va dirigida a gerentes, políticos en ejercicio, líderes sociales y comunitarios, docentes y estudiantes de ciencias administrativas y gerenciales, políticas y sociales.

Colección: Ciencias empresariales

Área: Emprendimiento y liderazgo

ECOE
EDICIONES

www.ecoediciones.com

Incluye

- ▶ Presenta un nuevo estilo de liderazgo.
- ▶ Ofrece estrategias para incrementar seguidores y cómo comprender el comportamiento de colaboradores sociales y políticos.
- ▶ Aporta conocimientos para fidelizar a su capital relacional, conservarlo y hacerlo crecer.

Ramiro Gamboa Suárez

Contador público (U. Surcolombiana - Neiva). Especialista en Revisoría Fiscal y Contraloría (Fundación Universidad Central- Bogotá). MBA especialidad en Gestión integrada de la calidad, seguridad y medio ambiente (U. Viña del Mar-Chile). Doctor en Ciencias Gerenciales (U. Rafael Bellosillo Chacín, Maracaibo). Docente investigador de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Neiva. Profesor Catedrático Corporación Universitaria del Huila- Corhuila. Profesor medio tiempo Universidad Antonio Nariño Neiva. Asesor contable, financiero y tributario en organizaciones.

Carlos Alberto Vera Pirela

Licenciado en Ciencias Sociales (U. del Zulia). Especialista en Gerencia Educativa y Magister Sc. en Gerencia (U. Gran Mariscal de Ayacucho). Doctor en Ciencias Gerenciales y postdoctorado en Gerencia de la educación universitaria (U. Rafael Bellosillo Chacín, Maracaibo). Docente investigador de las universidades LUZ de Maracaibo, Rafael Bellosillo Chacín, Popular del Cesar.

Luis Alfredo Jiménez Rodríguez

Administrador de Empresas (U. Francisco de Paula Santander, Ocaña). Especialista en Control interno e indicadores de gestión (U. de Pamplona). Magister en Desarrollo y gestión en empresas sociales (U. Simón Bolívar, Barranquilla) y en Gerencia de mercadeo (U. Logos Miami). Doctor en Ciencias Gerenciales (U. Rafael Bellosillo Chacín, Maracaibo). Docente investigador de la U. Francisco de Paula Santander Ocaña, UNAD y Fundación de estudios Superiores COMFANORTE.

ISBN 978-958-771-508-8



e-ISBN 978-958-771-509-5