

# Expresiones UVM

Revista trimestral  
de divulgación de  
ciencia y tecnología

## ◆ LA REGIÓN DE GUADALAJARA: SU CONSTRUCCIÓN HISTÓRICA

- ◆ EL CONSULTOR EN UN MUNDO CAÓTICO
- ◆ ENTREVISTA A  
ROBERTO RAMIREZ

Fotografía por José Luis Cruz Ramírez

Vol1No.1  
Julio-Sep.

**REVISTA TRIMESTRAL PUBLICADA POR**  
*La Universidad del Valle de México*

**RECTOR INSTITUCIONAL UVM**  
*Dr. Bernardo González-Aréchiga Ramírez-Wiella*

**DIRECTOR INSTITUCIONAL UVM DE INVESTIGACIÓN**  
*Dr. Gerardo Arturo Dubcovsky Rabinovich*

**UVM Campus Guadalajara Sur**

**RECTOR DEL CAMPUS GUADALAJARA SUR**  
*Mtro. Miguel Victoria Espina*

**DIRECTOR ACADÉMICO CAMPUS GUADALAJARA SUR**  
*Dr. José Antonio Cabello Gil*

**Revista ExpresionEsUVM**

**DIRECTOR**  
*Dr. Emmanuel López Neri*

**EDITOR**  
*Ing. Rodolfo Guillermo Ramos*

**EDITORES ASOCIADOS**  
*Dra. Isabel Baños Mejía*  
*Dr. Nein Farrera Vázquez*  
*Mtra. Teresa Ramos López*  
*Mtra. Noemi Valvidia Flores*

**DISEÑO Y DIAGRAMADO DE TEXTOS**  
*Daniela Fernandez Moguel*  
*Oscar de la Fuente Monroy*

**ILUSTRADOR**  
*Ramón Kasten*

**FOTOGRAFÍA**  
*José Luis Cruz Ramírez*  
*Daniela Fernández Moguel*

**REPORTAJES**  
*Daniela Bourguetts Ramírez*  
*Haniel Alejandra de la Mora Contreras*

**EDITOR DE TEXTOS**  
*Lic. José de Jesús Padilla Reyes*

# ÍNDICE

## Flash

- ◆ ALUMNOS DE 3 Y 4 SEMESTRE DE ARQUITECTURA  
SAN MARTIN DE LAS FLORES .....01
- ◆ ALUMNOS DE NABA RECIBEN BECA .....03
- ◆ FESTO, EL FESTEJO DE LA TECNOLOGÍA .....04
- ◆ DOS NUEVAS CARRERAS EN LA FAMILIA DE LAS INGENIERÍAS  
EN CAMPUS GUADALAJARA SUR .....06
- ◆ INGENIO UVM, UNA MIRADA AL DEPARTAMENTO DE INGENIERÍAS .....07
- ◆ INVESTIGANDO PARA CRECER .....09
- ◆ INVASIÓN CREATIVA 2013 .....11
- ◆ WORLD INNOVATION EXPOSITION .....13
- ◆ VIAJE ACADÉMICO:  
CONOCIENDO LA PRESA HIDROELÉCTRICA EL CHICOASÉN .....14

## Samples

- ◆ ENTREVISTA A ROBERTO RAMIREZ .....15

## Einstein

- ◆ LA REGIÓN DE GUADALAJARA:  
SU CONSTRUCCIÓN HISTÓRICA .....19
- ◆ EL CONSULTOR EN UN MUNDO CAÓTICO .....35

## Grandes Letras

- ◆ RESEÑA LIBRO INTERVENCIÓN PSICOLÓGICA EN LA OBESIDAD .....38

## Centro de Opinión

opinión  
pública  
UVM

- ◆ CENTRO DE OPINIÓN PÚBLICA UVM .....40
- ◆ ACTIVACIÓN FÍSICA .....43
- ◆ EMPRENDEDORES .....48
- ◆ NUEVO GOBIERNO .....52
- ◆ AUTOMEDICACIÓN .....55

# “EL CONSULTOR EN UN MUNDO CAÓTICO”

## Perspectivas alternas al positivismo empresarial.

Dr. Héctor Sevilla Godínez<sup>1</sup>

### RESUMEN

En el presente ensayo de divulgación se presenta una revisión reflexiva sobre la situación del consultor en las empresas desde la óptica del caos sistémico. Se vincula la labor del consultor con la incertidumbre que implica existir en el mundo posmoderno en el que nos encontramos, criticando directamente la visión de los consultores irreflexivos que buscan cosificar los procesos radicalizando su positivismo y ahogando con ello su sentido. Se realiza constantemente la comparación entre el trabajo del consultor con la empresa y la que realiza un psicólogo con su paciente.

### Introducción

El ensayo se divide en tres partes. La primera de ellas se centra en el aspecto positivista que sustenta la labor del consultor; la segunda es un acercamiento al concepto del cambio y la realidad caótica en que las empresas están inmersas; la tercera parte tratará sobre la vida de las empresas y el efecto del consultor en las empresas pequeñas.

puede cambiar la realidad que observa, que además se le supone unívoca y unilateral. En ese sentido, la parte subjetivista de la cuestión queda fuera de contexto en el trabajo del consultor, puesto que para el positivista la realidad no es “construida socialmente” (Berger y Luckhman, 2001) sino que la realidad es una y además palpable e incluso medible.

Todos los problemas que el consultor trata de solucionar en una empresa tienen, en la visión positivista, un origen claro que puede ser conocido. Es decir, su labor consistiría en conocer las causas de las cosas en la idea de que esas causas existen claramente y son lineales.

Desde esta óptica, el mundo del consultor es claramente causal, todo podría tener una explicación. Las exploraciones del consultor le permitirán tener una clarificación de las causas del problema. Sin embargo, los factores son siempre multicausales y existe más de una explicación posible ante la pregunta ¿por qué las cosas son como son? Para empezar habría una respuesta desde cada disciplina de conocimiento. Está claro, a pesar de todo, que no le interesa al empresario conocer todas esas explicaciones sino sólo tener los elementos para

cambiar (volvemos al positivismo) lo que no le gusta de lo que está pasando en su empresa.

Sin embargo, para el consultor experto “la realidad es objetiva e independiente de él mismo como sujeto observador” (Quijano, 2006: 83) y se trata de resolver los problemas para los que contrata el jefe de la empresa.

Aunque a primera vista, no tiene nada de criticable, he de matizar que la realidad nunca puede ser concebida sino es por medio de la subjetividad. El positivismo en el sentido estricto ha dejado de ser, por mucho, el modelo más aplicado para referentes epistémicos. Queda claro que el mundo del consultor positivista y de algunas de las empresas actuales no es en definitiva, el mundo de las abstracciones, no es el mundo de las ideas, al menos no de las ideas teleológicas, es decir, las que buscan el sentido primigenio de las cuestiones, la verdad más última.

La anterior aclaración salva a cualquier humanista abstracto de caer en comparaciones entre su campo de conocimiento y el que le es propio al consultor puesto que, tal como aprecia Bourdieu (2008),

<sup>1</sup> Es Doctor en Filosofía por la Universidad Iberoamericana; Doctor en Ciencias del Desarrollo Humano por la UNIVA; Maestro en Desarrollo Humano por el ITESO; Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel C) y de la Asociación Filosófica de México. Es profesor de tiempo completo en el área de posgrados de la Universidad del Valle de México, Campus Guadalajara Sur

**1.** El positivismo como punto de partida de la actividad del consultor. Se ha mencionado que el consultor trabaja desde un modelo positivista (Quijano, 2006) en el sentido que supone que

queda claro que la visión en lo que respecta al mundo económico no es una visión que busque desmembrar el sentido, puesto que este ya está delimitado: el sentido es generar mayor riqueza. No es una búsqueda del por qué sino del cómo, el por qué ya está descrito por la empresa. Las críticas al sentido positivista del trabajo del consultor no se dejan esperar. Algunas de ellas están centradas en las cuestiones metodológicas del trabajo del consultor, otras más se centran en el aspecto ético de las conclusiones. Otros más se centran en la falacia de la significación, así como la validez del método de la experimentación.

Así como en la ciencia o en el terreno académico se puede caer en la presión de publicar a como de lugar aunque no se tenga nada que decir, en las empresas se puede caer en el peligro de generar ganancias a como de lugar aunque no se aporte algo a la sociedad. El “efecto martillo” (Quijano, 2006: 92) se constituye en una pérdida del sentido para dar más importancia al modo de hacerlo y no en el motivo por el que había de hacerlo.

El positivismo busca ordenar, aclarar, ser objetivos. Si a esto agregamos la consideración de la posibilidad del desorden y del caos, el positivismo puede equilibrarse y en su caso ser más benéfico.

**2. El consultor y el caos en el mundo empresarial.** Más allá de intentar descubrir o esbozar el sentido filosófico del trabajo del consultor, debe quedar claro que, para el empresario, la única intención es que el consultor dé respuestas que a él le satisfagan en la intención de resolver problemáticas que, de hecho,

se estén presentando en la empresa. Uno de los principales retos que tiene el consultor, en ese sentido, es el de ganarse la confianza de sus propios clientes pues se maneja en un contexto en el que se supone (abierto o no abiertamente) que es el consultor el que sabe y no el cliente, es decir, el empresario. No serían pocos los que en esta categoría les supere la soberbia antes que la necesidad. Sucede algo parecido a lo que acontece en una sesión terapéutica en la que se antecede que el terapeuta tiene más experiencia que el cliente, lo cual es cierto en lo que respecta a herramientas terapéuticas pero no a las vivencias del paciente. Por lo mismo, de manera análoga, es importante que el consultor también escuche al empresario. Tanto en el caso de la terapia como en la consultoría, en realidad no es el terapeuta el que sabe más, sino que tiene la garantía de ver las cosas desde fuera, “sin lodo” se podría decir, la selva se ve distinta desde arriba que entre los matorrales. La misma ventaja tiene, en su caso el consultor. No está inmerso en los vaivenes propios de la empresa, en la cotidianidad que la constituye, en las presiones internas que supone y en los juegos de poder que seguramente existen. Por ello, estar desprovisto de todos estos elementos le puede permitir generar un comentario diferente a los que se escuchan a diario en las membranas empresariales.

Además, si al consultor y al cliente les queda claro que no será el primero el que tome las decisiones del segundo, sino que facilitará los procesos de decisión del segundo por medio de información clara y contundente, entonces, tendrán una disminución de los problemas poten-

ciales de entendimiento entre sí. El cambio tiene muchas caras y una de ellas es que no es exactamente como lo planeamos, existen muchas interpretaciones y modos de observarlo (Lee, 2007: 12), por lo que el positivismo pleno del que hablaba antes puede tener su punto de inflexión o su tendón de Aquiles.

Lee (2007) menciona claramente que la necesidad imperante en una empresa es entender que el cambio es un asunto irremediable y que nada se puede hacer para evitarlo. Tal como decía Heráclito hace más de 2400 años al afirmar que “lo único que permanece es el cambio”. En ese plano es que el consultor no debe asumirse como el que tomará las decisiones de las empresas sino que sólo mostrará una manera de concebir la realidad, la que él se plantea consigo mismo.

Nuevamente Lee (2007:17) afirma que no se puede predecir el futuro, sólo se pueden prever algunas cosas pero no se pueden asumir las conductas, actitudes y modos de actuar de los empleados de las empresas a las que se ha asesorado. Por ello, nuevamente, debe quedar claro para todos que lo que se hace es intentar que las cosas sean mejores para la empresa pero que siempre existirán variables que condicionan que todo sea como se supuso en un principio. Esto es lo que yo llamaría “asesorar desde el caos”, un caos que es inevitable. Podemos hacer consultoría sin considerar el caos pero eso no supone que el mismo no esté ahí.

**3. El consultor en las empresas pequeñas.** Uno de los mitos más comunes de los pequeños empresarios es suponer que los

consultores son un lujo de las grandes empresas. Algo similar sucede a las personas de nivel medio cuando se habla de psicólogos, suponen que las terapias son un lujo de ricos, cuando en realidad se trata de necesidades que todos los humanos pueden tener. Las necesidades no tienen que ver con las esferas económicas y tanto puede necesitar un obrero de un psicólogo como puede una pequeña empresa requerir de un consultor.

En ese sentido vale más pagar unas cuantas asesorías psicológicas que pagar los costos del desconocimiento de sí. Vale más la asesoría empresarial de un consultor antes que aumentar las posibilidades de la quiebra.

El consultor debe trabajar poniendo atención a algunos aspectos que cambian cuando se trabaja con este tipo de clientes. Primeramente, el cliente hace notar al consultor el nivel con el que él mismo hablará. Si es un empresario que tiene poco o nulo conocimiento sobre los aspectos básicos de la teoría administrativa, el consultor no tendría que molestarse con complejos conceptos académicos, tiene que explicarse desde el mundo de quién le escucha. Para Kubr (2000), la falta de datos es el principal problema con el que se enfrenta el consultor en una mediana empresa.

Otro de los problemas de las empresas pequeñas, que enlista Kubr, es la imposibilidad de contratarse a los empleados más calificados. Por ello, el consultor no puede aplicar las mismas sugerencias que haría con una empresa de primer nivel. Exigir más con menos preparación, menos motivación y menos salario del personal no es muy inteligente a

menos que se generan métodos coercitivos que tampoco por sí mismos generan capacidad en los empleados.

Siendo así, no se puede esperar una alta productividad, debido a que las empresas pequeñas no tienen las condiciones de competición que tienen los grandes monopolios.

Relaciono esto a la labor de un capacitador en un curso para profesores de educación primaria. Será difícil que el capacitador se dé a entender si habla del mismo modo a estos profesores que como lo hace cuando está frente a un grupo de académicos de un programa doctoral. No se trabaja con los mismos destinatarios y por tanto hay que contextualizarse, no sólo en el sentido de informarse de cómo está y qué piensa la gente a la que se la habla, sino de interactuar desde sus patrones de conducta, sus vocablos comunes, su ideario y su concepción del mundo.

## CONCLUSIÓN

El carácter positivista de la labor del consultor no debe cegarle ante los elementos caóticos de la realidad que no pueden ser previstos. Algunos de ellos se encuentran principalmente en las pequeñas empresas en las que no se cuenta con las seguridades financieras ni humanas que pueden valorarse en las grandes empresas aunque tampoco estás estén desprovistas de imprevisibilidad. Al igual que el trabajo del psicólogo con un paciente, lo esencial en el consultor es que aprenda las construcciones simbólicas presentes al interior de la empresa para que, a partir de ahí, pueda proponer un camino a seguir para el bienestar de la organización social a la que sirve.

## REFERENCIAS

*Bourdieu, Pierre (2008). Cuestiones de sociología, Madrid, Akal.*

*Lee, K., (2007). Consulting into the future, Hodder and Stoughton, EUA.*

*Quijano, (2006). Dirección de recursos humanos y consultoría de las organizaciones, Icaria, España.*

*Kubr M., (2000) Consultoría de empresas, Limusa, México.*

**UVM**

---

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES®