

Tema del mes:

*El arte de hacer cosas con otros (Enrolamiento)*

# *Thelema*

*Asistencia y desarrollo terapéutico*



Liderar es generar espacios donde los demás quieran pertenecer, es ser dueño de una palabra que cuando habla, todos escuchan...y no olvidan.

Aprenda a generar autoridad legítima.

Técnicas de enrolamiento y comunicación efectiva.

## Coaching - (enrolamiento)

En plena Segunda Guerra Mundial, el gobierno de los EEUU creó un seguro de vida especial para soldados que murieran en combate.

Uno de los promotores de la póliza trataba de venderla extendiéndose en detalles técnicos y ventajas que no interesaban a nadie. Un sargento se acercó al frustrado vendedor y le dijo:

- Permítame intentarlo
- No servirá, se nota que no están interesados
- Probar no cuesta nada, y dirigiéndose a la audiencia les dijo:
- Si un soldado asegurado es muerto, el gobierno se compromete por esta póliza a pagar 10.000 u\$s a sus beneficiarios.

¿a quién creen que elegirán para los puestos de mayor riesgo?

¿a los que en caso de morir costarán una fortuna, o a los que no les va a costar nada?

Todos los presentes compraron la póliza.

### **De pequeñas historias para grandes momentos de Walter Salama**

Encuentro dos formas de mirar esta historia:

Por un lado veo el negocio que hizo el vendedor de pólizas.

Pero por otro veo la diferencia que cada uno de esos soldados pudo hacer al comprar la póliza gracias al punto de vista del sargento.

El sargento enroló a los soldados y fue la posibilidad para ellos.

¿qué es una posibilidad?

Es algo que no existe, y que yo creo con mi conversación. No hay nada mas frágil que una posibilidad ya que puede desaparecer en un segundo.

Ver lo que te sucede como un problema es sólo ver una parte de lo que te pasa.

La otra parte sería poder ver la posibilidad que se te revela.

¿cómo se enrola a los demás en la oferta o posibilidad que sos vos?

Primero creando relación desde el amor y conectándote con el otro auténticamente

Compartiendo de que manera esa experiencia hace una diferencia en tu vida,

comprometiéndote con el otro a acompañarlo en su camino siendo su apoyo

mientras le mostrás la contribución y el valor que tendría para su vida tu oferta.

Incluyendo un explicito pedido o invitación para que te sigan aunque esto

probablemente sea la parte mas incómoda, porque es el punto en el que nos

sentimos mas vulnerable. Pero es en ese punto que yo me olvido de mi y pienso

en la posibilidad que soy para el otro , En el SER GRANDE que vive en el otro

mas allá de mi comodidad.

*“Un líder auténtico actúa de manera tal  
que sirve para elevar a aquellos que están alrededor suyo”*

**Sean M. Georges**

*Por patricia Hashuel (extraído de la web)*

## Queridos lectores:

En nuestros tiempos contemporáneos, de facebook, “el secreto” y pilates; casi no queda gente que desconozca “el valor de las palabra”.

Pensamientos positivos, declaraciones en presente, “las 4 palabras”, son solo unas muestras de este fenómeno.

Tengamos en cuenta que, cualquiera sea su objetivo en la vida...va a necesitar de personas para llevarlo adelante: un hijo, un negocio, una carrera...cualquiera sea su meta, requiere de la **habilidad de comunicarse efectivamente**, logrando que los otros se sumen a su proyecto.

ESTO ES LIDERAZGO. De esto trata el enrolamiento, y de algún modo es el objetivo de la ontología del lenguaje: lograr “empatizar” y conectar con alguien más a través de la palabra, y que nuestro dialogo sea la base sólida del poder coordinar acciones en común..

En este número abordamos este desafío: hacer que sus clientes, familia , pareja y amigos lo escuchen...y sigan sus ideas.

Lic. Maria Inés Alvarez  
Directora Thelema

=====

### Frase del mes:

“A la par que El ganaba acaloradas discusiones, su empresa perdía millones...”

=====

Para comunicarse con nosotros:  
centrothelema@argentina.com  
centrothelema@yahoo.com.ar  
www.centrothelema.com.ar  
T.e. 4734-5483 / 15-6528-2011  
Lun. A Vier. de 14 a 22hs y Sáb. de 9 a 14hs

## **“Vender vs Enrolar”**

Hace unos días atrás, dentro de una de mis actividades como es el fitness, “casualmente” una amiga me ofreció vender entre mis alumnos y conocidos un nuevo método en Pilates. Al principio le dije “la venta no es para mí” pero luego fui viendo que no debía vender sino enrolar.

Sabía que si bien los resultados serían inciertos no sólo tenía que diseñar acciones sino también diseñar “conversaciones” que necesitaba crear para “ser vendedora”, como en las fundamentales bases emocionales y corporales que me identificasen como tal.

Veamos entonces las diferencias entre vender y enrolar.

En la Venta, el foco de poder está en quien vende. Mientras el vendedor está conversando con “el otro”, su atención y su capacidad de escucha están puesta en su propia conversación interna, en diálogos como: “ahora está interesándose”; “me pone objeciones”; “no tiene suficiente dinero”; “no lo veo convencido”; “ya lo tengo”; “ya lo enganché”, etc.

Como vemos, la conversación de venta busca la satisfacción del propio vendedor, porque el objetivo final es cerrar la venta.

No observa otra opción para el cliente que no sea COMPRAR. Pero si estamos buscando que el otro haga “lo que yo quiero que haga”, en algún punto esto consiste en ... Manipular.

La conversación de enrolamiento es sustancialmente distinta de la conversación de venta. Y la diferencia básica es “la ubicación del foco de poder y la escucha”.

En la conversación de enrolamiento el foco de poder está en el otro, en el cliente, ya que el enrolador dispone su capacidad de escucha para entender las inquietudes, compromisos y necesidades insatisfechas del cliente potencial.

El enrolador escucha “para” indagar qué es lo que “está faltando”. Una vez que ha escuchado las necesidades del otro, y recién allí, podrá analizar si la oferta que tiene para hacer es lo suficientemente poderosa como para hacerse cargo de las necesidades indagadas. La conversación de enrolamiento busca la satisfacción del cliente. El compromiso apunta a escuchar el compromiso del cliente y “comprometerse con dicho compromiso”, incluyendo la eventual decisión de no comprar. El cliente necesita que el vendedor le facilite la posibilidad de observar lo que no está pudiendo observar, y no la obligación de convencerse de lo que ve el propio vendedor.

En nuestra experiencia (como coaches y también como clientes), cuando alguien “viene a vender” lo primero que surge es un mecanismo de defensa, que produce resistencia en ambas partes: en el cliente potencial, que siente “este me quiere vender algo”, y en el vendedor, que percibe el rechazo y “cierre” del cliente lo cual lo lleva a presionar más aún.

Por eso insistimos en situar la base de la conversación en otro eje: la CONFIANZA. Si no se logra crearla habrá resistencia, y desde allí... no hay enrolamiento.

### **¿Para qué enrolar?**

Se trata de hacer que "el otro" vea y sienta que la oferta consiste en una posibilidad para él.

Es decir, conseguir que la otra persona - en este caso el comprador potencial - perciba de qué manera la oferta que le hacemos puede significarle un beneficio, porque va a satisfacer alguna necesidad.

El enrolamiento comienza con la pregunta: ¿Qué puedo hacer por esta persona?, en vez de preguntar: ¿Qué puede hacer esta persona por mí?

Y el clásico "puedo ayudarlo en algo?" con el que muchos vendedores reciben a sus clientes potenciales redescubre su significado, en el concepto de la venta como solución a una necesidad del otro.

Cabe señalar que estos conceptos son aplicables a la venta de cualquier tipo de producto o servicio.

En la venta de intangibles, como seguros, planes médicos o servicios bancarios por ejemplo, lograr que el cliente deposite su confianza en el vendedor resulta fundamental.

En la que se realiza en comercios, la mayor parte de quienes ingresan al local lo hacen porque están interesados en algún producto, por lo que la confianza en el vendedor puede resultar definitiva en cuanto a concretar la venta.

Y respecto a las ventas puerta a puerta, algunas empresas del sector nos señalan que en los tiempos que corren, el vínculo de confianza es todavía más importante pues implica conseguir que el cliente potencial simplemente "abra la puerta".

Siempre decimos que un vendedor necesita "cerrar" tres ventas en cada operación:

- 1) venderse él
- 2) vender a la organización que representa
- 3) vender el producto o servicio.

Enrolar hablando "acerca de la experiencia" es hablar "desde la cabeza", es decir a un nivel cognitivo e intelectual. Pero la información no es lo suficientemente poderosa como para hacer que el otro se mueva del lugar donde está.

En cambio, enrolar "desde la experiencia personal" es hablar "desde el corazón": y la observación de esos resultados lleva a la otra persona a moverse, a modificar algo.

Un vendedor desarrollado desde la interpretación que propone el coaching ontológico, logra así el primer propósito de un buen vendedor: constituirse él mismo en una buena oferta para el cliente.

De esta manera hoy cuando ofrezco el nuevo método en Pilates lo hago pensando que el enrolamiento es la clave si quiero obtener los resultados que deseo.

Desde ese lugar podre recién enfocarme en las restantes operaciones que constituyen una transacción, donde ambos, cliente y vendedor, salimos ganadores.

**Karina Vimonte**  
**Comunicadora Social**  
**(Los Alphas- Thelema V)**

-----  
*Página 5*



*Mesa de cristal - transparente  
- humo  
- oro  
con bordes esmerilados,  
pulidos y biselado*

## Taller de sillas y mesas artesanales

**Juan Alberto**

15-6461-7796  
4759-9798

**N·P·C**  
NEW PENALTY CONCEPT

**DAMIÁN H. ODETTI**



So far

Forward

**Asesoramiento jurídico y consultoría**

**Teléfono: 15-4411-9553 - [estudionpc@yahoo.com.ar](mailto:estudionpc@yahoo.com.ar)**

*Carlos Omar Barrio*

CONTADOR PÚBLICO - UBA

CAVASSA 2529  
(1678) Caseros - Pcia. Bs. As.

Tel./Fax: 4750-8605  
Cel.: 15.5328-4069

E-mail: [omarbarrio@arnet.com.ar](mailto:omarbarrio@arnet.com.ar)

**Hazmat sa**

**Materiales para la Construcción**

CEMENTO - CALES - ARIDOS

**Entregas en Obras**

ALMEYRA 2250 (1650) San Martín

Tel.: 4750-0271

Fax.: 4759-5345

# Agenda

## ENTRENAMIENTO EN LIDERAZGO

El entrenamiento en liderazgo es una experiencia de autoconocimiento profundo, que te revela sorprendentes aspectos de tu personalidad, te libera de las cargas emocionales del pasado y te impulsa a la concreción de tus proyectos.

Programa diseñado sobre la base del coaching ontológico.

Son tres niveles correlativos para los cuales se requiere inscripción previa.

Próximo **Nivel 1** : Fecha a confirmar

Entrenador: Coach Hector Palacio

**Nivel 2** : 17, 18, 19, 20 y 21 de 2010

Entrenador: Coach Adrián D'Angelo

**Nivel 3**: Apertura: 04 de diciembre de 2010

Entrenador: Coach Adrián D'Angelo

Coach Mariel Sirlin

Coach Alberto Sobrado



---

**Para más información e inscripciones: 4734-5483 / 15-6528-2011**

**(Lun. A Vie. De 14 a 22hs. Sábados de 9 a 14hs)**

**Mail: [centrothelema@argentina.com](mailto:centrothelema@argentina.com)**

**[centrothelema@yahoo.com.ar](mailto:centrothelema@yahoo.com.ar)**

**[www.centrothelema.com.ar](http://www.centrothelema.com.ar)**

## Los cuatro pasos

Enrolar es generar valor en un otro.

Es una manera de hacer cosas juntos pero que tenga valor para ambas partes.

No es vender, ya que la venta, podría permitir la mentira o el engaño. Esto último sin ir en detrimento de quienes venden, ya que muchísimos vendedores de la historia han sido grandes enroladores y en la actualidad gran cantidad de empresas entrenan a sus equipos de ventas en las técnicas de enrolamiento más avanzadas.

No es convencer, ya que en el convencimiento no importa si el otro quiere o no está de acuerdo, como la palabra lo indica, una de las partes es vencida por la otra.

Quien pretenda enrolar, deberá ser el medio para que la otra parte sienta que es valioso para sí. Que se abre una posibilidad que hasta el momento no había visto o no existía.

Todo el tiempo estamos enrolando o siendo enrolados. Lo hacemos desde el vientre materno. Pero hacer algo todo el tiempo, no necesariamente quiere decir que lo hagamos de la mejor manera o que podamos decir de forma conciente que es lo que ponemos en marcha al momento de enrolar.

A continuación, enunciaremos los cuatro pasos básicos por los que todo enrolamiento pasa o atraviesa más allá de las distintas técnicas, estrategias o acciones adicionales que se lleven a cabo.

### **1- Generar relación.**

Se suele pensar que en toda relación hay conversaciones. Sin embargo, sostenemos que esto funciona en el sentido inverso: es a través de las conversaciones que nacen y se sostienen las relaciones. Estas son la llave que abre la puerta y que permite permanecer. El tipo de conversaciones que tengamos hablará del tipo de relación en la que estamos o mantenemos. Si las conversaciones son superficiales, no puedo esperar una relación profunda en la que el otro se muestre abiertamente. Si las conversaciones no son honestas, la relación irá por la misma senda.

Es mediante la conversación que podremos adentrarnos en el mundo del otro.

Otro de los grandes mitos, es el de que si yo hablo mucho, soy claro y contundente y, sobre todo, manejo con lujos de detalles el tema en cuestión (por ej. en una venta), seré exitoso en el enrolamiento. Si bien todo esto podría ayudar, no es en el hablar donde puedo acceder al otro, sino en el escuchar. Es en el escuchar a la otra parte donde yo puedo enterarme quién está siendo la persona que habla y en base a esto elegir mis palabras.

Es preciso a su vez, poder contactar con la emoción, tanto del otro, como la propia, como la que podría generar la charla, al momento de llevar una



conversación adelante. Somos seres emocionales, y un cambio de emoción cambia toda la lógica de pensamiento. Detectar esta emoción y chequear lo que el otro nos está diciendo se torna esencial si queremos llegar a la otra parte.

## **2- invitar a soñar.**

Solo podremos enrolar a alguien si conocemos sus sueños o deseos. Si sabemos a qué le da sentido o valor la persona. Si no sabemos esto, estaremos condenados a un sin fin de palabras y argumentos que nunca harán impacto en el otro. Es como si habláramos dos idiomas diferentes.

## **3- Llevar a la acción.**

Si logré generar una relación tal, que la persona me cuenta qué es lo que está queriendo, será el momento de empezar a ponerlo en práctica, mediante un plan de acciones concreto y específico que lleven a tal puerto, como así también acciones de segundo y tercer orden que se hagan cargo de las dificultades históricas a atravesar que son las que precisamente hicieron que hasta el momento, no se haya podido alcanzar el objetivo y, en algunos casos, ni siquiera se haya comenzado a caminar hacia él.

## **4 - Asistencia.**

Es muy importante el acompañamiento del otro una vez puesto en marcha el plan de acciones. Un compromiso fuerte y sólido a través del cual la otra parte sienta que está acompañado, que no nos olvidamos de él o ella ya que son valiosos para nosotros. Empresarialmente, esto es de lo que se ocupa el departamento de servicio post - venta. Un cliente conforme y satisfecho, abre una red espontanea de nuevos clientes, como un agente multiplicador.

Cabe destacar que si un paso falla, lo que debemos hacer es revisar el anterior. Por ejemplo: si al momento de llevar a la acción, ante cada propuesta o idea, solo recibiéramos un “no” como respuesta, eso equivale a que la persona no nos ha contado todo lo referente al caso, o bien un sueño tan importante para ella que amerite el esfuerzo de ponerse en marcha. En este caso, deberíamos ir un paso más atrás y volver a revisar el paso anterior, hasta llegar al paso uno, ya que si no nos están siendo honestos necesitaremos revisar los cimientos de la relación. Es por eso que el primer paso, “generar relación” suele ser el más importante y muchas veces el más difícil.

**Adrián D'Angelo**  
**Coach Ontológico**

## **“Un buen nombre es lo más valioso que se puede tener”**

### **“Escuche atentamente los deseos del otro”**

*Yo iba a pescar al estado de Maine todos los veranos. Personalmente, me gustan sobremanera las frutillas con crema; pero por alguna razón misteriosa los peces prefieren las lombrices.*

*Por eso, como cuando voy de pesca no pienso en lo que me gusta a mí, sino en lo que prefieren los peces, no cebo el anzuelo con frutillas y crema. En cambio, balanceo una lombriz o saltamontes frente al pez y le digo:*

*“¿Te gustaría comer esto?”*

*¿Por qué no proceder con igual sentido común cuando se pesca la gente?*

(Extractado de “cómo ganar amigos..” de Carnegie Dale)

Cada uno tiene, mas o menos claro, las cosas que le interesan: dinero y las cosas que puede comprar el dinero, salud, una familia, una conquista. Pero a los demás no les interesa lo que yo quiero. Los demás son como usted o yo: les interesa lo que ellos desean.

Una de las claves del liderazgo **es aprender a ver que necesita el otro, y mostrarle como conseguirlo.**

Y cómo hacer para saber lo que quieren los demás? Eso se logra desarrollando la habilidad de ESCUCHAR.

Si quiere generar relación, escuche atentamente al otro: lo que quiere, lo que necesita, su historia, sus sueños.

Escuche atentamente, involúcrese sinceramente en su discurso, haga preguntas.

### **“Tranformese en alguien confiable”**

La gente le compra a los vendedores que les gusta y en los cuales confía. Los clientes gustan y confían en los vendedores que se enfocan sobre ellos, sus necesidades y sus intereses, **que hacen lo que prometen**, que demuestran su competencia, sinceridad y aprecio. Los vendedores con un comportamiento ético inspiran respeto y despliegan integridad.

Nada es más importante que transformarse en alguien confiable: en cada pedido, en cada venta, extreme esfuerzos para dejar conforme al otro. Esto es lo que hizo mercadolibre cuando genera el sistema de "reputación del vendedor", logro atravesar el gran obstáculo de la venta virtual: **la desconfianza"**

Si hace 30 años, en el furor de las escuelas de venta, el sistema era apabullar al cliente sin dejarlo respirar y prometerle cualquier cosa con tal de que firme...**hoy las cosas están cambiando: el cliente conforme vuelve, el cliente contento recomienda y trae más clientes.**

**"Todos quieren comprar..pero a nadie le gusta que le vendan"**

Las personas no compran objetos ni servicios...**compran beneficios.** Nada es demasiado caro si el que paga piensa que "vale la pena tenerlo". Y como lograr que el producto "valga la pena"? conozca lo que vaya a ofrecer a fondo, de modo que, con el cliente delante suyo, usted pueda mostrale toda la utilidad que le brindará.

Si usted tiene un "speech" único, que repite en cada vagón del tren "imprescindible para la cartera de la dama y el bolsillo del caballero.."su única manera de vender es **un precio ridículamente bajo**, producto de remates y orígenes dudosos.

Pero si usted esta ofreciendo algo de precio acorde al mercado, va a necesitar escuchar la demanda del cliente para saber que aspecto de lo que usted vende "encaja" en lo que el cliente quiere.

De este modo, es el vendedor quien realiza el encastre entre las 2 piezas que conoce al detalle: lo que la persona esta buscando con el producto ofertado.

Olvidese del obsoleto : "**compre ya! Ya! Ya!** El cliente moderno, globalizado e informatizado, **necesita sentir que es él quien decide, quien tiene la última palabra.**

**Lic. Maria Ines Alvarez  
Psicologa (U.B.A.)**



*La Argentina*

*Apostamos al País*

**ábrica de Sándwiches - Ventas por mayor y menor  
Calidad - Servicio - Honestidad**

*Jorge*

*Cel. 15-6237-2928*

*ID Nextel 601\*379*

*Cel Nextel 11-3546-6658*

03



**“Alumbrando el camino de los otros,  
es imposible no alumbrar el propio”**

*Adhesión Aguilas*

**“La función de un líder es elevar  
las aspiraciones de las personas y  
liberar sus energías para que las  
realicen”**

**David Gergen**

*Adhesión Juan (11 en línea)  
y Silvana (Más de 100 motivos para Shambala)*



*Marcelo Horacio Suarez*

CONTADOR PÚBLICO - UBA

Directorio 3946 - Dto. 2  
Caseros - (1678)

msuarez2009@arnet.com.ar

Tel. 4734-8392  
Cel. 15-5853-0617

Cocino por vos  
...**Animate** **Fiestas**  
**Reuniones**

Con los sabores de tu casa

4382-2997  
15-3331-5141

www.marcos-in-arte.com.ar  
marcosinarte@yahoo.com.ar

Verónica Ardanaz

**Podóloga universitaria (U.B.A)**  
**Hospital de clínicas**

- Atención integral de pie - Pacientes DBT
- Pacientes anticoagulados - Niños - Adultos
- Callos - Durezas - Uñas encarnadas
- Belleza de pie

Tel. 4734-9328 - 15-6460-0600 (mjs de texto)



**Ecopint**

- \*RENUEVE SU CASA
- \*PINTE SU DEPARTAMENTO
- \*BARNICE Y PROTEJA LA MADERA DE SU HOGAR

Pintura de obra - Pintura domiciliaria  
Asesoramiento técnico

**Alejandro Tchilian: 15-5955-9498**

**ELECTRICIDAD**  
**GABRIEL**

**MATERIALES ELECTRICOS**



Ventas al gremio e industrias  
Entrega en obras

Av. San Martín 1205 / 1211 - Caseros - [Info@electricidadgabriel.com.ar](mailto:Info@electricidadgabriel.com.ar)

## Un día de esos

El día había transcurrido como “Un día de esos”.

Francisco aún no había colocado los hierros adicionales sobre las columnas tal como se lo había señalado dos días antes. Se hormigonaba al día siguiente y aún me duraba la bronca por haber tenido que volver a sacar copias de los planos de encofrado a raíz de que habían volado hacia la terraza de la casa de enfrente a la obra, impulsados por una ráfaga de viento que cruzó la avenida Federico Lacroze.

El día continuó con los padecimientos emergentes de este tecnificado siglo: Cajero automático sin dinero, caída del sistema en la oficina de Obras Particulares, celular con batería agotada, desvío del tránsito por accidente y recordar que los sábados subsiguientes, hasta fin de mes, no tendría la posibilidad de tratar todas estas angustias con mi psicóloga. Era febrero y la licenciada estaba... de licencia.

Encendí la radio del coche y Héctor Larrea declaró que el aire estaba muy denso y había que D' Arienzarizarlo. Comenzó a sonar La Cumparsita y mis manos marcaron el compás que la orquesta de Juan D'Arienzo le imprimía a lo que yo consideraba la mejor versión de ese clásico del tango.

Los quiebres surgidos comenzaron a diluirse por la aparición de las imágenes de esas fiestas familiares en las cuales mi madre se sentaba al piano y ejecutaba tangos que tíos, tías, amigos comunes y demás asistentes a los cumpleaños familiares, bailaban y cantaban con alegría. Aunque tuvieran letras espantosamente tristes, eran cantados con una sonrisa por todos.

El estado de ánimo cambió. Los quiebres se convertían en problemas, por lo tanto tendrían solución. Al ritmo del 2/4.

Lo arriba declarado suele ser mi respuesta a quienes, en rueda de amigos, se asombran de que algo tan triste como el tango me levante el ánimo, pero siempre les digo aquello que señala una canción del repertorio de Mercedes Sosa: “Uno vuelve siempre/ a los viejos sitios/ donde amó la vida”.

Por supuesto, estimado lector, que estas declaraciones no pretenden pontificar sobre cual es la manera única de levantar un ánimo caído, porque aquello que es trascendente para un individuo no lo es para otro, de manera que usted tendrá otras técnicas, conscientes o no, para superar “uno de esos días”.

Tal vez su técnica sea escuchar otro tipo de música, desarrollar una diferente actividad artística, deportiva, intelectual o simplemente caminar mientras las escenas placenteras y felices de otros tiempos le vienen a la mente, inmerso en aquella serenidad que le transmitía el mar al atardecer durante esas inolvidables vacaciones y gozando del perfume de los tilos de las calles del barrio que invade las casas, ahora en noviembre, combinado con el lila de las campanillas de los jacarandás, puede ser una excelente terapia para sobrellevar la discutible eficiencia de placas madres y circuitos cuñados ópticamente fibrados.

Lo planteado no es añorar el pasado, sino simplemente, tener un recuerdo de momentos felices para que también lo sean las futuras vivencias con las cuales construyo mi visión que viene empujada por el pasado y del cual tomo lo positivo, lo alegre.

Aunque parezca insólito que la cortina musical sea un tango.-

**Hector López Arias**  
**Thelema XI**

---

## **Enrolar o ser enrolado.**

Muchos quieren enrolar pero pocos quieren ser enrolados. Creo que esto se desprende del no alcanzar a comprender de lo que estamos hablando: si en todo enrolamiento, para que sea tal, ambas partes ganan (sea en lo mismo o cosas diferentes), cuál es el conflicto en ser enrolado por otro? Parecería como si se escuchara que el que enrola es el poderoso y el otro el débil. Nada más alejado de lo que estamos queriendo plantear. Se para en una emoción de poder quién enrola, ya sea mediante un pedido o una oferta, como también lo hace quien se anima a decir "Sí" y comprometerse con la empresa en cuestión, abriendo su campo de posibilidades que hasta ese momento podría haber sido inexistente, y animándose a correr riesgos donde otros no lo harían.

Ser enrolado habla de que ante una propuesta, yo encuentro valor para mí.

La emoción que acompaña a todo enrolamiento (y siempre en ambas partes) es la emoción del poder. Si alguien se acerca a mi vida y me enrola, ese alguien se transforma en un puente de posibilidades entre mis sueños y yo.

**Adrián D'Angelo**  
**Coach Ontológico**

## Reflexología Holística.

La palabra “**holística**” viene del Griego “**holos**” que significa “**completo**”.

Las técnicas de la reflexología y la atención prestada a los pies se encuentran documentadas en las culturas de todo el mundo. La ventaja que tenían los hombres en la antigüedad era que el calzado no les oprimía los pies y que las desigualdades del terreno brindaban un masaje natural y habitual.

En los pies se almacenan todas las vivencias. Las pérdidas, los sentimientos, el estrés cotidiano, los proyectos no realizados.



Es una terapia natural que consiste en aplicar técnicas manuales, es decir, presiones digitales, movimientos sobre los puntos reflejos de los pies y manos.

A través de la estimulación de las zonas reflejas se logra un equilibrio, ya que los bloqueos de energía son la principal causa de distintas dolencias.

Estos bloqueos desarmonizan al cuerpo, tanto esqueléticamente como muscularmente o emotivamente, pudiendo desencadenar una enfermedad.

Finalmente la complemento, si es preciso, con estiramientos, digitopuntura en cuello, cabeza, hombros, y rostro, sobre camilla; usando aceites esenciales orgánicos, cremas y geles personalizados, ya que cada uno de éstos tienen su propiedad y actúan a nivel físico, mental y espiritual y cada ser es individual.

**Este tratamiento** se puede abordar de diversas maneras: como terapia alternativa para casos puntuales.

También para renovar energías, depurar el organismo, limpiar la mente, armonizarse, conectarse con su ser interior y relajarse.

Este es un resumen de una terapia propia combinada con experiencias muy positivas que mis manos te pueden transmitir.

### **Beneficios de la activación de las zonas reflejas.**

Provoca el desbloqueo energético .Favorece la relajación. Alivia el estrés.

Eleva las defensas del organismo. Es excelente como medicina preventiva.

Afecta tanto al aspecto orgánico como psíquico de las personas. Carece de efectos secundarios. Ejerce una influencia armonizadora y sanadora en trastornos digestivos, emocionales, ginecológicos, músculo - esqueléticos y respiratorios.

Activa la circulación sanguínea y linfática. Restablece el funcionamiento orgánico y hormonal. Provoca cambios en sentimientos, pensamiento y conductas negativas.

Vivir las transformaciones que produce tu propia energía.

**Silvia Leticia Cervellera**  
**Terapeuta Corporal**



Tel: 4635-2449  
Cel: 15-5854-8362  
Asilvialeticia@yahoo.com





**Policlínica  
del niño**

## Consultorios de Atención

- RECIEN NACIDOS
- NIÑOS
- ADOLESCENTES

- *Pediatría*
- *Cardiología Infantil - E.C.G.*
- *Dermatología Infantil*
- *Traumatología y Ortopedia Infantil*
- *Nutrición - Obesidad - Diabetes*
- *Ginecología gral. e Infanto juvenil*
- *Fonoaudiología - Audiometrías*
- *Psicología Infantil*
- *Psicopedagogía*
- *Estimulación temprana*
- *Cirugía Infantil*
- *Urología Infantil*

Atención Lunes a Sábados Aranceles Especiales a Particulares

CORP. ASISTENCIAL - GENESEN - CYNTHIOS - ASI - TIME - VALMED - CASA  
CAMUDAP - OSMECOM - IOMA - BCO. PROVINCIA - PODER JUDICIAL - COMEI Y OTRAS

**Av. San Martín 2178 - P.B. "B" - CASEROS**

**TEL.: 4734-5950**

**" SOMOS LO QUE HACEMOS ... "**

Conduccion y Produccion Gral.  
Karina Vimonte

*Para cambiar la mirada social  
hacia la discapacidad*

En directo para  
[www.discapacidad.tv](http://www.discapacidad.tv)  
( Barcelona, España )

[www.programasomosloquehacemos.net](http://www.programasomosloquehacemos.net)  
[www.karivimonte.blogspot.com](http://www.karivimonte.blogspot.com)

**Servicio Post Impresion**



**Medio corte - Trazados**

**Puntillados - Micropuntillados**

*Av. Crovara 225 - Lomas del Mirador - Tel/Fax: 4454 - 1114 ID: 597\*3154*

## Solidaridad

El pasado Domingo 19 de septiembre el equipo Thelema 20 realizó su proyecto solidario. Esta vez el encuentro fue en el merendero "Esperanza", cito en la intersección de las calles Mendoza y Perú del barrio Evita de Caseros, al cual concurren 70 chicos y es llevado adelante por un matrimonio de vecinos.

Los integrantes del equipo pusieron una inmensa red de personas en marcha, con el fin de juntar donaciones que fueron llevadas al lugar en dicha jornada. Pero la misión no se redujo solo a esto, ya que juntos, ellos y los chicos, vivieron una jornada de juegos y actividades que dibujó más de una sonrisa en todos y arrancó más de una lágrima en algunos mayores.

Queremos agradecer a Thelema 20 por el compromiso con el que trabajaron y el amor con que lo hicieron posible!!!



### **Thelema 20:**

Andrea, Berny, Clara, Clau,  
Claudia, Damián, Eddie, Gabi,  
Lau, Laura, Marcela, Mariana,  
Martín, Matías, Ro.



*Bienvenida Luna!!!*



*Felicitaciones a Eddie (el papá)  
y a Tere (la mamá)*

**Equipo Thelema**

---

*Página 19*

# Thelema Virtual

Thelema Virtual le permite administrar su tiempo y ser contenido por un profesional sin dejar de lado sus labores, haciendo que las distancias o la falta de tiempo no sean un impedimento para el acceso a la terapia y a la continuidad de la misma.

Bienvenidos a una nueva forma de psicoterapia ya aprobada y reconocida a nivel mundial por su practicidad y efectividad.

Consultas al 4734-5483 / 15-6528-2011

o por mail a: [centroterapeuticothelema@gmail.com](mailto:centroterapeuticothelema@gmail.com)

"Estamos en MercadoLibre"

[www.centrothelema.com.ar](http://www.centrothelema.com.ar)

# Thelema

**Centro de asistencia y desarrollo terapéutico**

**Psicología - Psiquiatría**

**Terapia de grupo - Discapacidad**

**Orientación Vocacional**

**Constelaciones familiares**

**Coaching Ontológico**

**Atención obras sociales - Honorarios institucionales**

**Av Urquiza 4543**

**Dto 63 - Caseros**

**Turnos  
4734-5483  
1565282011**

**Bermudez 2115**

**- Villa Devoto -**

**[centrothelema@argentina.com](mailto:centrothelema@argentina.com)  
[www.centrothelema.com.ar](http://www.centrothelema.com.ar)**