



ROBERT GRIFFITHS

El 'yes, you can' llega al management

Cada individuo puede y debe elegir cómo quiere vivir su vida. Esta frase que parece tan evidente se ha convertido en la nueva tendencia del management empresarial. Y es que muchas veces no hace falta moverse en grandes teorías de gurús, sino que basta con recurrir al sentido común para entender las cosas.

En un momento de desánimo colectivo, donde la mayor parte de la sociedad afronta la crisis pensando que no tiene elección y que su único objetivo es llegar a fin de mes, es hora de apelar a la libertad de decidir cómo queremos construir nuestro futuro y el de nuestras organizaciones. Basta de inmovilismos. Tenemos un ejemplo en el *yes, we can* que protagonizó la reciente campaña norteamericana.

Esta *nueva filosofía*, que ha inundado la política y que empieza a abrirse paso con fuerza entre los directivos, no puede quedarse reducida a las charlas de formación o de estrategia, ahora tan de moda, sino que debe convertirse en el *core business* de los nuevos líderes empresariales.

Por supuesto, muchos pensarán que esta nueva psicología, tal vez oportunista en tiempos de crisis, y basada en las ideas de unos cuantos

psicólogos amateur y comentaristas, nada tiene que ver con la vida real..., no es así.

En nuestro día a día, rara vez nos paramos a pensar sobre el significado real de lo que queremos y sentimos. Vivimos inmersos en una inercia en la que no tenemos ni el tiempo, ni los recursos, ni muchas veces el valor para pensar en aquello que realmente queremos y podemos conseguir. Ese es el error.

De tanto ejecutar, decidir y realizar, todos verbos de acción, nos olvidamos de ser y de sentir. Estamos muy equivocados si pensamos que nuestra sociedad se conforma con tener un empleo, una casa, un coche, un móvil, un mes en la playa y el abono para la televisión digital... Sabemos que hay mucho más, pero ¿hacemos algo para conseguirlo?...

Ya es hora de dejar de lamentarnos de los jefes, de las empresas, del Gobierno, de la crisis, del calentamiento global o de la nueva gripe A. Empecemos a entender que para encontrar una solución hay que reconocer que somos parte del problema y que podemos cambiarlo. Tú tienes la elección.

En el argot ejecutivo esta filosofía se conoce como *liderar a través del ejemplo*. ¿Qué quiere decir? Evidentemente no es fácil cambiar a nues-

tros jefes ni las organizaciones para las que trabajamos, pero esto no es razón suficiente para no intentarlo. *Yes, you can.*

Además, nuestro objetivo no debe ser cambiar a los demás. En el caso de un directivo, éste perdería el tiempo si su meta fuera motivar a sus equipos desquiciados por la presión de objetivos y el retroceso de ventas. El secreto está en ayudarles a crear un entorno motivador y aprovechar los recursos a su alcance para conseguir sacar su mejor yo en lo personal y profesional.

Parte de culpa de esta situación la tiene la educación recibida. Hasta ahora, colegios y universidades, salvo raras excepciones, han enseñado a superar los exámenes y a pensar en términos de *ganadores* y *perdedores*, en lugar de un *ganar-ganar*. Lo mismo ocurre con la formación en management que, hasta hace relativamente poco, estaba orientada casi de manera exclusiva al pensamiento racional. Así, a pesar de los enormes progresos en psicología y

Empecemos a entender que para encontrar una solución hay que reconocer que somos parte del problema y que podemos cambiarlo

neurociencia de los últimos años, son pocas las escuelas de negocios, universidades o empresas que realmente se centran en proporcionar herramientas útiles para el desarrollo personal de sus alumnos y empleados.

Esta crisis es nuestra oportunidad... Por tanto, antes de terminar, permítanme hacer algunas reflexiones...

● Creer que no tenemos elección es ya una elección en sí misma.

● Pensar que no podemos cambiarnos a nosotros mismos implica creer que somos autómatas sin poder de decisión.

● Ser consciente de nuestra capacidad de elegir es un músculo que se puede entrenar, porque donde hay voluntad hay camino.

Como dijo Albus Dumbledore a Harry Potter: "Son nuestras elecciones, Harry, las que demuestran lo que somos realmente, mucho más que nuestras habilidades".

Profesor de ESCP Europe y socio director de Dunlop & Brown-Infova