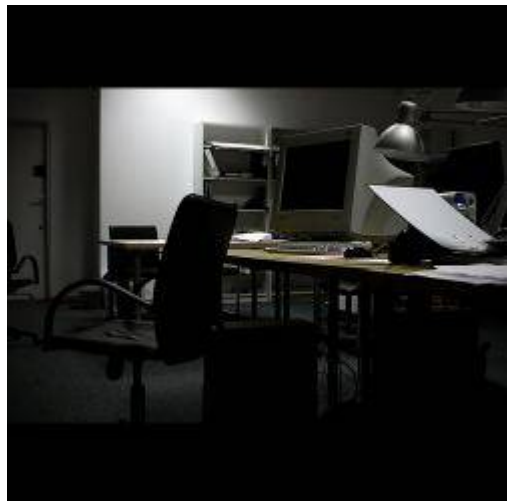


NAIDER COLABORA EN UN PROYECTO EUROPEO PARA EVALUAR LOS POTENCIALES BENEFICIOS AMBIENTALES LIGADOS AL USO DE DIFERENTES IVA

Posted on 12/02/2009 by Naider



NULL Sin embargo, los intangibles comienzan a considerarse como lo más importante de las organizaciones. De hecho, ¿Qué es lo que generalmente más encarece cualquier adquisición de una empresa? ¿Alguien ha visto o tocado un fondo de comercio? Aplicado a la imagen de marca hablaríamos del efecto $\pounds$ lovemarks[†] de Kevin Roberts, por el cual no son los productos de una empresa, sino la marca, la que genera negocio al conseguir el respeto, el amor, la adicción de sus clientes. Igualmente podríamos aplicarlo al carácter Innovador de una empresa o a su gestión en cuanto a RSE (Responsabilidad Social Empresarial).

Ahora que ya hemos aprendido a renunciar cómo medir ciertos aspectos de la empresa, podemos retomar las teorías de $\pounds$ sentimiento organizativo[†] que asignan características humanas a las organizaciones puesto que las consideran como seres vivos; no podría ser de otra forma ya que éstas se componen de personas. ¿Por qué una persona es agradable, simpática o produce rechazo? Son características que asignamos a quienes nos rodean pero que no medimos, ni siquiera recordamos en qué nos basamos para llegar a dichas conclusiones ¿Y alguien echa de menos un indicador? ¿Alguien se ha cuestionado cuánto de des/agradable le parece a su compañero de mesa en el trabajo?

Si normalmente aplicamos a nuestra vida personal estrategias del ámbito profesional, propongo utilizar el pensamiento lateral para actuar al revés. ¿Cómo podemos conseguir que nuestras organizaciones sean mejores? En primer lugar, para ser mejor persona hay que querer serlo, hay que esforzarse: hay que saludar, escuchar, comprender, sonreír a pesar de todo, ser positivo, prestar ayuda a quien la necesita, ser generoso, etc. y ello requiere de un entrenamiento. Como dice Kasparov $\pounds$ cuanto más me entreno más suerte tengo[†].

Los líderes de las organizaciones debemos poner en práctica los valores que deseamos inculcar a la organización; somos la referencia del resto, de la misma forma que quienes quieren mejorar en el baloncesto imitan a Pau Gasol, los trabajadores de una empresa captan y reproducen el comportamiento de los líderes. Es su forma de esforzarse y adaptarse a la cultura y valores de la organización.

Y retomando el principio, este sentimiento no puede medirse (no al menos de la forma tradicional), por lo que los líderes debemos preocuparnos por captar toda la retroalimentación posible. Hay mucha información que recoger en los pasillos, en las máquinas de café, en los corros de la mesa de al lado. Tenemos que compartir tiempo con nuestros compañeros y colaboradores y practicar la escucha activa, prestando especial atención a los mensajes $\pounds$ entre líneas[†], a lo que no se explicita del todo, a la información que se nos envía de forma indirecta (tengamos presente que las diferencias jerárquicas son barreras comunicativas que debemos salvar).

Por último, toda esta información que se recoge debe analizarse, procesarse, digerirse, desde un punto de vista neutral, con actitud de mejora, de forma sosegada; el objetivo final, el último paso, es decidir qué debemos activar en el comportamiento de nuestra organización para llegar donde queremos. Son dos pasos complementarios que individualmente no funcionan: de nada vale hacer si no comprobamos que tiene efecto, y mucho menos recoger información para luego no hacer nada con ello. Basta ya de engañarse, tratemos a nuestras personas como lo inteligentes que son (si no lo fueran cambiémoslos cuanto antes porque llevaremos a la organización al colapso). Ellos tienen las claves para convertir nuestras empresas en eficaces y eficientes, y transformarlas en el mejor lugar para trabajar. Debemos desterrar un contrasentido que se escucha con demasiada frecuencia $\pounds$ nuestra organización es excelente pero los trabajadores no lo perciben[†] y eso sólo es posible trabajando duro, ya lo siento.

There are no comments yet.