

“5 Cs que conseguirán que la gente haga lo que deseas”. El liderazgo vence a Anna Kournikova.

¿Estamos sobrevalorando el liderazgo en la gestión empresarial actual o simplemente no existen líderes?

De acuerdo, supongo que el título que verdaderamente llamaría la atención es el que dijese que **Kournikova** vence a alguien, pero el propósito de este artículo es otro.

El caso es que el otro día, tras hojear en un centro comercial el enésimo libro publicado sobre liderazgo (van a tener que crear un lineal especial, al lado del de coaching), estuve reflexionando sobre lo sobrevalorado que está ese concepto y se me ocurrió hacer un experimento en Internet sin ningún propósito científico ni académico. Hice una búsqueda en Google, en Yahoo, en Amazon, y en La Casa del Libro y me quedé asombrado de los resultados. Llegué a la conclusión de que definitivamente hay que empezar a escuchar esas voces proféticas que dicen que la Red es un peligro para la humanidad. Es necesario empezar a hacer caso a aquellos que pregonan que va a acabar con la sociedad occidental.

El término **Leadership** superaba en más del doble a la palabra **Sex** y dejaba en ridículo a **Pamela Anderson** y a la tenista **Anna Kournikova**. Para ser justos, debo reconocer que en Yahoo, se invertían las cifras, pero seguía obteniendo un resultado sorprendente.

En Amazon y en La Casa del Libro aparecen respectivamente 18.531 y 113 libros relacionados con el liderazgo. Francamente, me parece exagerado por no decir preocupante.

Actualmente parece que quién no ha escrito un libro sobre liderazgo, no es nadie. El clásico refrán deberá reconvertirse en “plantar un árbol, tener un hijo y escribir un libro de liderazgo”.

Nos encontramos títulos que van del sencillo **Leadership** hasta otros como **The Leadership of Santa Claus** (muy apropiado en estas fechas) o **Leadership secrets of Attila the Hun**.

En español, tenemos **Las 8 Claves del liderazgo del monje que vendió su Ferrari: una fábula espiritual** o **La sensación de fluidez: desarrollo del liderazgo en todos los sentidos** (¡jojo!, en todos los sentidos). Lo curioso es que excepto el de Rudolf Giuliani (Liderazgo, ¿podía ser otro título?), la mayoría están escritos por teóricos del liderazgo, es decir por personas que han visto lo que han hecho otros y lo han trasladado al papel.

Es algo así como si tras asistir a un espectáculo de magia, alguien pusiese por escrito lo que ha observado, pero sin tratar de ponerlo en práctica. Evidentemente, cuando el lector sigue las explicaciones del autor y trata de recomponer el reloj del abuelo que ha machacado previamente con un martillo, lo único que se encuentra es un montón de metal y cristal destrozado con el consiguiente disgusto de la familia.

Con el liderazgo ocurre algo parecido, todos los autores parece que lo han entendido, todos son capaces de destilar las enseñanzas de Alejandro Magno, Patton o Kennedy y transformarlas en un decálogo sencillo para que cualquier directivo pueda aplicarlas en su empresa sin demasiado esfuerzo. Lo que ocurre es que al final se encuentran con algo parecido al viejo reloj del abuelo.

Las explicaciones al fracaso, son parecidas a las que dan los parapsicólogos y especialistas en fenómenos paranormales, “es que no crees lo suficiente en ello”, “es que es innato”, “es que lo tienes o no lo tienes”, en fin...

Creo que hay que ser constructivo y una vez detectado un problema hay que ofrecer una solución. Yo no voy a ser menos que todos esos autores y aprovechando la oportunidad que me brinda AEC, voy a dar mi receta.

Durante mi vida profesional he tenido la oportunidad de dirigir equipos de varias decenas de personas así que aunque no he tratado de hacer el truco de partir a una persona por la mitad, al menos he tenido la oportunidad de sacar algunos conejos de la chistera. Así que aunque dicen que los magos no deben desvelar sus trucos, voy a dar mi receta.

En mi opinión las claves del liderazgo son 5: Un objetivo definido y atractivo, claridad, consistencia, autenticidad y

comunicación. Si fuese un autor importante trataría de convertirlas en algo así como las 5 Leyes del liderazgo o echaría mano del diccionario para crear un título parecido a las **"5 Cs que conseguirán que la gente haga lo que deseas"**.

1. Objetivo definido y atractivo.

En mi opinión este es el fundamento del auténtico liderazgo. Supongo que lo que voy a decir no es políticamente correcto pero estoy convencido de que el liderazgo es intrínsecamente egoísta. No existe ningún líder que consiga mover a la gente si no tiene unas metas claras y que conecten con las de sus seguidores. Evidentemente estas pueden ir desde un objetivo económico hasta alcanzar el Paraíso, pasando por todas las etapas intermedias, el bono anual, el saqueo de las riquezas del castillo o la fama.

A las personas nos gusta seguir a quienes tienen las ideas claras y saben a donde se dirigen. El problema es que eso cada día es más difícil de encontrar. ¿Es una habilidad innata? No lo creo, simplemente requiere algo de tiempo para reflexionar y mucha honestidad intelectual.

¿Por qué no es fácil encontrar auténticos líderes empresariales? Pues en mi opinión, la razón es evidente, porque no existen metas atractivas. ¿Qué puede ofrecer actualmente un directivo-líder a sus colaboradores? ¿Una subida del IPC más dos puntos? ¿Sobrevivir a la próxima reestructuración? ¿Un bono inalcanzable?

Los empresarios-líderes están desapareciendo y se están reconvirtiendo en difusos Fondos de Pensiones en paraísos fiscales. Alejandro Magno no dijo a sus soldados que aparecerían en los libros de historia, entre otras razones porque no había ni libros, ni historia. Les ofreció riqueza. A los lugares que conquistaba les ofreció una vida mejor y le creyeron. ¿Qué pueden ofrecer los directivos-líderes actuales?

Si no hay objetivos, no hay liderazgo.

2. Claridad

Si el líder ha hecho los deberes y sabe lo que quiere él y sus seguidores, la claridad es una consecuencia de lo anterior. La falta de credibilidad de nuestros políticos y muchos de nuestros directivos reside en la incapacidad de ser transparentes. Y eso puede ocurrir por dos razones, o porque no se tiene claro lo que se quiere, o porque aunque ocurra, no se tiene la valentía de transmitirlo. La duda o el miedo acaban con el líder. ¿Quién puede sacar adelante una negociación (con un sindicato, un cliente, un hijo o un funcionario) si no se está convencido de lo que se pretende?

3. Consistencia

Un líder se hace cada día. Todo lo que dice y lo que hace, forma parte de su "marca de líder". ¿Podemos creer y seguir a alguien que cambia su forma de pensar cada día? A las personas nos gusta tener referencias. Un líder es un faro, alguien que permanece fijo aunque se produzca el mayor temporal. Eso no significa que no sea humano, más bien al contrario, debe serlo, es obligatorio. Pero un líder debe ser coherente con lo que hace y dice.

¿Cuántos departamentos se transforman cuando cambian las circunstancias? No se trata de dar lecciones de ética a nadie, ni de decir lo que es bueno o malo. Pero cuando eliges tu bando, cuando decides que eres un líder del "lado oscuro" o un "rebelde", debes serlo con todas las consecuencias.

4. Autenticidad

¿Sabemos quienes somos? ¿Tenemos clara nuestra escala de valores? ¿Qué es más importante, la familia o la empresa? ¿Los accionistas o los empleados? ¿El corto o el largo plazo? ¿Obtener el contrato o dar un buen servicio?

El problema es que el día a día nos come. Apenas nos queda tiempo para reflexionar. En esta situación es difícil o imposible tener claro "de que estamos hechos". Los auténticos líderes saben quienes son, conocen sus fortalezas y sus debilidades. Son CONSCIENTES. No les importa recibir el feedback de quienes les rodean porque eso les hace descubrir quienes son. Para asumir responsabilidades y tomar decisiones es necesario no engañarse y tener muy claro cual es la situación real. Eso les hace auténticos. La autenticidad es la base de la confianza y la confianza es lo que consigue que las personas hagan lo que los líderes deciden. ¿Se puede tener fe en alguien falso?

5. Comunicación

Aunque esta podría parecer la parte más técnica o teórica, en realidad es la más sencilla si se han hecho los deberes de los 4 puntos anteriores. El mejor comunicador es el que sabe lo que quiere transmitir. Se pueden hacer cursos de oratoria, de hablar en público, de gestión de crisis, pero si no se tienen objetivos claros, ni se es consistente, ni claro, ni auténtico, no hay Intranet, ni Asamblea, ni Nota de Prensa que lo supla.

Y esta es mi receta del liderazgo, quizás mi truco no es tan espectacular como uno de David Copperfield, pero a mi me ha funcionado.

Aprovecho para desearos una Feliz Navidad y Año 2006

Andrés Pérez Ortega
Personal Branding Sherpa

www.marcapropia.net
www.brandingpersonal.com

colaboradores@marcapropia.net

Tel : 678 544 817