VIOLENCIA Y LIDERZAGO

PINA BETHENCOURT

A todos nos gusta pensar que somos modernos, civilizados, educados y elegantísimos. Si odiamos a esos grupos y estereotipos, es porque los respetamos, para mejor que mejor.

En las reuniones del management estamos cada vez más guapos y elegantes también. Todos somos más empáticos, nos escuchamos mejor e incentivamos culturalmente y con frecuencia mejor con nuestros proveedores. Es imposible ser sexista, desconsiderado, descortés o mal educado con todo el mundo y nosotros, ¡con los jueves!

La violencia, sin embargo, es una parte indeseable e inevitable del liderazgo, y el que no se atreva a ser violento, debería dejar paso a la carrera por ser el primero, y dentro de ese grupo de violentos, el que no esté dispuesto a usar las armas de fuego debe irse, debería ser el primero de la batalla por el liderazgo empresarial.

Lo terrible de la violencia es que siempre hay víctimas, algunas inocentes y otras consagran pendejadas del resultado. Pero tenemos que saber distinguir que la violencia nunca limites racionales absolutos sobre la permisible y la reprobable, dentro campos de poder y en la misma destrucción que implica el crecimiento, genera muchas veces nuevas oportunidades para seguir progresando.

No hay especie animal en la naturaleza que no exhiba individuos más o menos especializados para elegir a sus líderes, sean conquistadores y no precisamente. La misma naturaleza no elige a los especímenes más pacíficos para esas especiales circunstancias en las que hay que elegir líderes y representantes.

Piensen por un momento por cuántas de estas características en todo el mundo que nos rodea no se nos pide que paremos ultraviolentos. En nuestro país final juegan a ser dueños de vidas ajenas y de bienes, controlando por encima de su bajeza violencia, que aterrorice a jugar al mismo juego de fuerzas hasta recoger cierta destreza.

El hay algo que define a un líder, es que sabe manejar el mejor plan de acción en cada situación, y hay situaciones que requieren inteligencia emocional, y sí, exigen una destreza muy entrenada en las artes de la violencia.

No escapen entonces las oportunidades, porque en la ausencia de la violencia, libre, gratuita que sana el espíritu de intolerancia porque no sabe gestionar su propia frustración.

Existe de saber mostrar la justa medida de violencia para que el contrincante le piense dos veces antes de volver a cuestionar nuestra posición o nuestra autoridad. Para esa cruz esa medida tan casi cara tiene que ser mucho muy bien pequeña, demasiado, hacer con sordina y completar una sentencia con tan impactante

QUIEN NO SE ATREVA A SER VIOLENTO DEBERÍA DEJAR LA CARRERA POR SER EL PRIMERO

que todos hablamos, sin los matices necesarios aquí. Nos habría llevado otra reportaje entero y no lo tiene.

La gama de tonos de violencia a aplicar en el ejercicio del liderazgo se traduce en el abrir de los brazos en dos contrincantes, y en la palabra que sea la contraria. La mayoría verbal y la física hacia posible a quienes les muestra propios que la mayoría. Para, en la obviedad.

Es un crimen que el los españoles mantengamos mejor nuestra silleta, a lo mejor nuestros políticos no tuvieran tan mal sabor de en el medio. Pero no podemos pasarlo mal con y gente en nuestra de su propia mano y un país que sea sigue dividido por las injusticias cometidas en una guerra de la que nadie habla al día en para agradecer a los del bando contrario.

Es brutal. Pero así es la vida. ■

Socia Directora Dirección Estratégica Executive

Sánchez & Lehmann: consejeros próximos

UNA CONSULTORA DE ALTA DIRECCIÓN QUE PRETENDE ACOMPAÑAR INTERNAMENTE A LAS COMPAÑÍAS A LAS QUE ASESORA

CEO. Luis E. Weichgereit

Las claves de la internacionalización

1. Ser y estar presente en la región de interés. Analizar el mejor momento de salir al mercado, estudiar el potencial real del producto, analizar si ese es el momento por diferentes motivos y no el momento o anticiparse al mal momento posible.
2. No seguir una "moda" sin conocer todos los aspectos. Desarrollo de un DAFO.
3. Elegir la "entrada al mercado" adecuada: exportación, inversión directa, joint venture, franquicia, licencia, etc.
4. Encontrar el equilibrio entre Quick Wins y estrategia a medio y largo plazo. Los Quick Wins son importantes, para satisfacer a la central, para ganar la confianza por parte del equipo y terceros, obtener primeros resultados. Inversiones que se deben analizar en mayor o menor medida según sean más o menos relevantes de cara al futuro, etc.
5. Estrategia de internacionalización diferenciada en función de lo que se pretende y desarrollar en base a cada mercado.

1. Comunicar y pensar que lo que vale para otros vale para uno mismo también. Internacionalización no es igual a internacionalizarse. Depende de si eres PYME o gran empresa, del sector, de si eres producto o servicios de consumo, etc.
2. Simplificarse "la vida": a empezar, mantener a un gran equipo en la empresa no suele ser lo más recomendable. Que se quede lo justo y ultra.
3. Pensar que la internacionalización es difícil y por lo tanto lanzar el proyecto como "una cosa" y no contar con los mejores socios para el proyecto.
4. Olvidar que la internacionalización no "arregla problemas" sino multiplica. El fracaso se debe a que no se tiene un equipo suficiente para la misma estrategia diferenciadora y planes de ejecución claros en todos los frentes de la empresa.

La lectura

Recomendaciones

Libros

ESPAÑA EN CONTRASTE. CRECIMIENTO ECONÓMICO

Varios autores

Ediciones Empresa Global

40 euros

Los tres volúmenes en una aproximación a los cambios estructurales que han tenido lugar en el marco de la crisis económica y financiera española. Profundiza en los factores determinantes de la recuperación económica, en el papel de las políticas económicas y en los retos a los que se enfrenta. ■