



Por los locos, los inadaptados, los rebeldes, los agitadores, las clavijas redondas en los orificios cuadrados, los que ven las cosas de manera distinta. No sienten apego por las reglas, ni respetan el estado de cosas. Puedes citarlos, disentir, glorificarlos o difamarlos. Lo único que no puedes hacer es ignorarlos, pues son los que producen cambios. Permiten el avance de la humanidad y, aunque algunos los consideran delirante, nosotros vemos genios porque las personas lo bastante alocadas para pensar que pueden cambiar el mundo son las que lo cambian.

Anuncio de Apple Computer. 27/9/97

El hombre franquicia

Este fin de semana estuve tomando unas tapas en una de esas cadenas de restauración que presumen de servir aperitivos tradicionales y de calidad. El decorado estaba bien conseguido tratando de crear un ambiente de local con solera, casi daba el pego a pesar de estar en un nuevo centro comercial y no en el casco antiguo. Desgraciadamente las bravas y los calamares me devolvieron rápidamente a la cruda realidad. ¿Estaban malos? ¿Mal presentados? No, nada de eso, estaban impecables, homogéneos, todos iguales y con ese sabor indefinido y políticamente correcto (que no ofenden a nadie) de los productos de franquicia. El problema es que ese local podía ser perfectamente sustituido por cualquiera de las otras que surgen como setas y nadie se daría cuenta. Todo está medido, definido y especificado. Desde la luz del local a la sonrisa del camarero, desde la cantidad de chopitos hasta el tamaño del logotipo de la compañía que gestiona la franquicia.

Este es un ejemplo trivial de lo que está ocurriendo a nuestro alrededor y de lo que apenas nos estamos dando cuenta. Hoy en día es casi imposible tomarse un auténtico cocido casero, ser atendido por un dependiente que te trate como una persona o escuchar una voz humana al otro lado del teléfono al tratar de hacer una consulta.

Se está eliminando el elemento humano porque perjudica la gestión de los negocios. Se ha consolidado un hecho: Los humanos somos impredecibles, un mal necesario para

las empresas.

Se está extendiendo la teoría de que la única forma de ser competitivo en este mundo globalizado es mediante las economías de escala, las grandes empresas mundiales, las cadenas globales y la creación de empresas más poderosas que algunos países. Hoy es casi imposible encontrar una empresa que no pertenezca a algún grupo poderoso. No estoy hablando de un país o una empresa en concreto, este fenómeno ocurre en todas partes y no hay más que acercarse a un centro comercial o a una calle céntrica para comprobarlo.



¿Cuál es la consecuencia de todo esto? Es sencillo, para poder gestionar una empresa con sedes a miles de kilómetros del cuartel general, es imprescindible la implantación de normas generales, la creación de manuales de procedimientos, el control del comportamiento de los integrantes de la empresa. Es necesario definir todos y cada uno de los elementos que extenderán la "cultura" de la empresa en cada lugar en que se sitúe. Desde luego las decisiones no se tomarán en las "colonias" aunque se haga creer lo contrario,



ya sabes, eso de “piensa globalmente y actúa localmente”. La aparición de profesionales con iniciativa propia se ve con suspicacia y cualquier pensamiento o decisión que se salga de la doctrina marcada por las decisiones del Gran Hermano es rápidamente eliminado.

Un mundo feliz

Hoy se ha creado todo un lenguaje fomentado por los consultores de Recursos Humanos que tiende hacia esa despersonalización, hacia la homogeneización, la igualación. Por ejemplo, nos hablan de la gestión por competencias que no es más que un artificio pseudocientífico para convencernos de que los psicólogos son capaces de determinar que profesionales se adaptarán mejor a la homogeneidad de la compañía.

La cantidad de pruebas diferentes que han surgido en los últimos años es terrible. Desgraciadamente su efectividad es escasa o nula y sin embargo se utilizan como métodos de selección y promoción. Aunque alguna prueba pueda ser eficaz en algún aspecto en concreto, ninguno de ellos es un sustituto eficaz de una buena conversación. Pero ¿conoces algún consultor que sea capaz de aceptar esto en público?

Estas pruebas intentan concretar diferentes aspectos de la personalidad prometiendo una alternativa a tener que “perder el tiempo” con un colega o un candidato. Pero se centran en la forma y no en el fondo: No tienen en cuenta aspectos vitales como la forma de relacionarse, la forma de pensar o de escuchar. Factores estos que pueden impulsar o acabar con la carrera profesional de una persona.

Otra razón por la que estas pruebas parecen gustar a muchos consultores y responsables de RRHH es que proporcionan un lenguaje común para hablar sobre emociones y comportamiento, ayudando a hacer más asequibles y aceptables los asuntos relacionados con los factores de la personalidad. Para una tesis, no está mal pero la jerga de la industria de los métodos de evaluación también tiene algo que ocultar. No me imagino a un director general discutiendo con un colega diciendo. “Yo soy un ENTJ, y tu eres un ISFP.” (Elementos de la prueba de Myers-Briggs). ¡Habla en cristiano!



© 2004, Andrés Pérez
Marca Propia
Tel.: 678544817
Madrid

No digo que no podamos aprender algo de estas pruebas o que no puedan servir para fomentar debates. Pero no vamos a hacer un favor a nadie cuando tratamos de reducir decisiones tremendamente subjetivas y complejas a algo que es poco más que pseudociencia.

A los profesionales ya no se les trata como individuos sino como a masas que hay que controlar, clasificar y cuando dejen de ser útiles, eliminar.

¡Haz algo!

En el momento en que las empresas dejan de estar dirigidas por sus propietarios y auténticos creadores para empezar a estarlo por gestores bien pagados pero con mentalidad de funcionarios y controlados por una junta de accionistas, empieza el declive. Se acabaron las decisiones arriesgadas, la intuición, el deseo de hacer algo para cambiar el mundo. Se empieza a pensar en trimestres no en décadas, los profesionales se convierten en números y los productos dejan de ser diferentes. Se crean comités, se hacen investigaciones de mercado para crear productos aburridos que son los que busca el gris consumidor medio (artificio estadístico que no representa a nadie).



¡Empieza a pensar por ti mismo! Toma decisiones. **CREA TU MARCA PROPIA.** No digo que salgas del sistema. No creo que tirar piedras contra un McDonalds sea una decisión inteligente. Empieza a hacer las cosas como crees que deben hacerse. O dejamos de pensar como funcionarios o dentro de 50 años nuestros nietos estarán cosiendo balones para los consumidores chinos.



Mentalidad de **marcapropia** vs Mentalidad de empleado

Mentalidad de Marca	Mentalidad de Empleado
Libertad Profesional	Seguridad en el trabajo
Trabajo para mi mismo	Trabaja para un jefe
Seguridad interna (Autoconfianza)	Seguridad externa (empresa)
Crea demanda	Busca un trabajo
Plan de Marketing	CV
Largo plazo (años)	Corto plazo (meses)
Marketing personal	Busca un empleo
Resuelve problemas de clientes	Trabaja
Activos y recursos	Competencias y habilidades
Mercados	Compañeros y clientes
Diferenciación	Adaptación
Estrategia	Trabajo duro
Relaciones	Transacciones
Satisface necesidades	Hace un trabajo

Para mas información sobre las aplicaciones del Proyecto Marca Propia, puedes localizarme en:

Andrés Pérez Ortega

Tel.: 678544817

Marcapropia@telefonica.net

o visitar la página:

www.marcapropia.net