

Consultoría, gestión de probabilidades y la guerra de las galaxias.

Termina un año y empezamos otro en el que volvemos a repetir los mismos rituales. En este punto de inflexión temporal revisamos lo sucedido en los últimos meses y hacemos planes más bienintencionados que realistas para el futuro. Nos damos cuenta de que tanto el pasado como el futuro se comportan como adolescentes con las hormonas alocadas y hacen poco o ningún caso a nuestros planes y previsiones.

Aún así, seguimos pensando que podemos ejercer cierto control sobre lo que va a suceder. Existe una tendencia en los últimos años en nuestro entorno, bastante peligrosa en mi opinión, que pretende convencernos de que podemos conseguir lo que queramos solo con desearlo. Quizás sea nuestro sistema educativo, quizás las políticas basadas en subvenciones, quizás una sociedad demasiado acomodada. En nuestro santo país, además, tenemos cierta tendencia a pensar que entre lo que tenemos y lo que deseamos solo hay un elemento, muy relacionado también con estas fechas, la LOTERÍA.

Como la suerte no suele acompañarnos, hemos desarrollado otras estrategias de supervivencia. Últimamente parece que nos han llegado a convencer y nos hemos llegado a creer que todo lo que soñamos podemos obtenerlo con la fuerza de la mente, o casi. Da la sensación de que toda una generación de profesionales se ha creído Luke Skywalker y piensa que puede conseguir lo que quiera si domina algo parecido a La Fuerza como en La guerra de las galaxias.

Es curioso, pero esta mentalidad ha llegado a crear toda una profesión que hace un papel similar al de Yoda o a Obi Wan Kenobi en la saga galáctica. Se trata del coach. De repente parece que todos nuestros problemas están en nuestro interior, que todo se resuelve agitando conscientes, inconscientes y subscientes. De pronto, La Inteligencia Emocional, la Inteligencia Intuitiva, la Gestión del Talento y otras tendencias tan atractivas como etéreas son la piedra filosofal, la caja de Pandora y el huevo de Colón al mismo tiempo.

Creo que hemos hecho una interpretación errónea de lo que los anglosajones denominan autoayuda o autodesarrollo. No basta con poner orden dentro de nuestra masa gris, hay que ponerse manos a la obra. Aunque eso ya lo sabían nuestros abuelos, "A Dios rogando y con el mazo dando". Lo que se nos suele olvidar es que al otro lado del Atlántico además de soñar, imaginar y ponerse metas elevadas, suelen hacer algo más, ACTUAR. Hacen todo lo posible para que las cosas sucedan.

Lo hemos visto en muchas películas e historias de éxito. Vemos como un par de locos en un garaje quieren construir una máquina que va a cambiar el mundo o como un chaval con aspecto desaliñado crea un programa que le convierte en una de las personas más ricas del mundo. Lo que no nos suelen contar es lo que ocurre entre la idea inicial y los resultados finales. No nos dejan ver que entre A y B hay mucho trabajo, esfuerzo, persistencia, sufrimiento, errores y aciertos. Saben que no hay certezas, solo probabilidades y el objetivo es gestionar lo que tienes a mano para hacer que el éxito se incline a tu favor.

Creo que en el mundo de la empresa, como en el mundo en general, no hay certezas, solo probabilidades de que las cosas sucedan. Los filósofos, teólogos o metafísicos llevan siglos debatiendo sobre el determinismo o el libre albedrío. Es un ejercicio intelectualmente apasionante, pero mientras se ponen de acuerdo, nosotros tenemos que seguir haciendo que ocurran cosas.

Un consultor o un experto al que se le pide su colaboración no puede basarse en sueños, en buenos deseos o en cuestiones subjetivas. Debe hacer algo para que aumenten de forma sustancial las posibilidades de que salga nuestra bolita del bombo, o la del cliente. El consultor debe convertirse en un tramposo bueno, debe tener muchas cartas marcadas o ases en la manga que inclinen la balanza a su favor y al de su cliente. Y las tiene, su experiencia, sus conocimientos o sus herramientas le ayudan a ganar el juego.

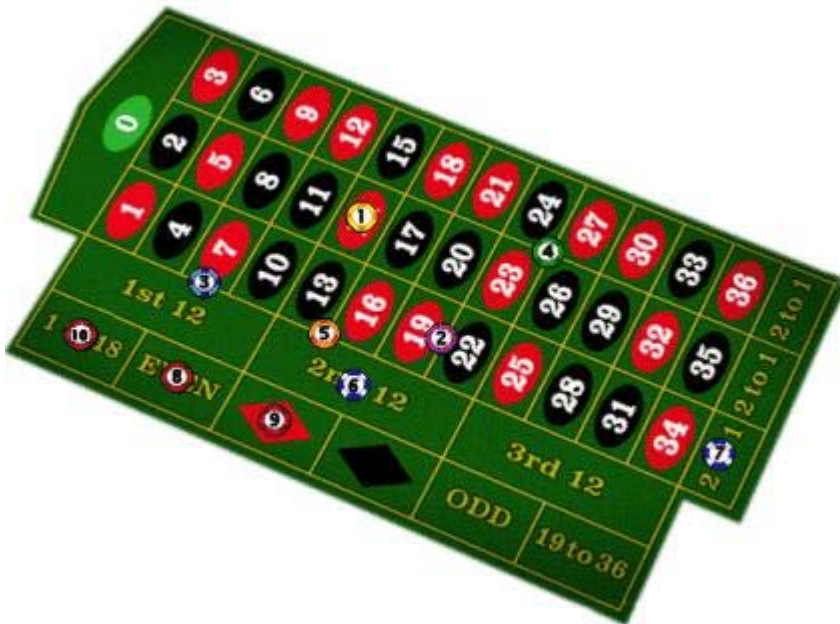


Cada vez que se pone en marcha un proyecto es como empezar una partida de póquer o girar una ruleta, se ponen sobre la mesa recursos, tiempo y esfuerzo con un objetivo pero no se sabe con certeza cual va a ser el resultado. Se ponen las fichas en un número o un color y luego se espera que la suerte nos acompañe. Pero el mundo de los negocios no es Las Vegas, aunque a veces lo parezca. Si fuese así, los consultores estarían vetados como lo están algunos individuos en los casinos porque consiguen que no siempre gane la banca de los fracasos.

Recuerdo que una de las partes más difíciles de las matemáticas de COU era el cálculo de probabilidades. Permutaciones, Variaciones, Combinaciones, etc. Afortunadamente solían explicarlo al final del curso y no nos

hacían sufrir demasiado. Pero precisamente por eso es importante la profesión de consultor, porque es capaz de convertir una situación difusa o poco clara en algo controlable y por lo tanto manejable. El consultor introduce orden en el caos. Es capaz de situar las cosas en su sitio y reducir la entropía.

¿Significa eso que un especialista, un asesor o un consultor puede asegurar al 100% que las cosas van a suceder como se desea? Sinceramente, creo que no. Podemos conseguir que el porcentaje de éxito se acerque mucho a esa cifra pero creo que nadie puede dar garantías absolutas de que las cosas van a suceder como estaban planificadas cuando se diseñaron. Los consultores gestionan probabilidades, no certezas, especialmente cuando



introducimos la variable humana en la ecuación.

Hay muy pocas veces en esta vida en las que podamos poner nuestra mano en el fuego. El sistema puede fallar en una presentación clave, un socio puede dejarnos en un momento difícil o nuestro hijo puede ponerse enfermo el día en que tenemos que preparar un informe decisivo. Pero si un consultor es capaz de hacer una previsión y un plan de acción que prevea y limite las consecuencias del desastre habrá actuado como un vidente sin bola de cristal que nos ayuda a tomar medidas.

No recuerdo que militar dijo que cualquier plan era papel mojado a los cinco minutos de empezar la batalla. Creo que en el mundo empresarial ocurre lo mismo. Lo importante no es tener muy claro un plan que sabemos que no se va a cumplir sino estar entrenados para gestionar las contingencias del proceso y evitar errores tan obvios como fáciles de olvidar.

Dicen que los marines y las fuerzas especiales se entrenan con dureza para que en el momento de la verdad no tengan que pensar como hacer las cosas más rutinarias. Al centrarse en lo importante y automatizar lo accesorio están reduciendo la incertidumbre y minimizando las variables que pueden alterar el resultado. Ese es el papel de un consultor. En todo proyecto hay situaciones que se repiten o que son similares. Cuando se detectan y se saben gestionar, la experiencia del consultor además de limitar o eliminar los errores, facilita un ahorro de tiempo y recursos. Por lo tanto un especialista conseguirá que el azar se ponga de nuestro lado y del de nuestro cliente.

A veces se critica el trabajo de consultor diciendo que se limita a decir lo que es obvio o que lo que aconseja es algo que ya se sabía o era evidente. Pero creo que en lugar de una crítica, debería ser una alabanza. Estoy convencido de que la mayoría de las cosas que hacemos a nivel personal y empresarial son conocidas desde hace siglos. Sin embargo, de forma absurda tenemos tendencia a olvidarnos de la experiencia y eso facilita el regreso del caos y la repetición de los errores.

El consultor es algo así como el viejo de la tribu que posee las vivencias y los conocimientos adquiridos durante mucho tiempo para conseguir que los más jóvenes puedan sobrevivir o desarrollarse. ¿Eso le quita mérito? Todo



© Andrés Pérez Ortega
www.marcapropia.net
www.brandingpersonal.com



lo contrario. Cuando alguien es capaz de destilar y aplicar su sabiduría de forma práctica debe ser valorado por ello. Lo que hace no es magia, aunque a veces lo parezca. Los magos se limitan a utilizar efectos ópticos y objetos ordinarios para conseguir resultados asombrosos. Eso es lo que hace también un consultor.

El problema puede surgir cuando haya quienes pretendan dar a esa sabiduría y a esos conocimientos una importancia y una trascendencia que no le corresponden para aumentar su influencia, pero esa es otra historia.

Andrés Pérez Ortega
Personal Branding Sherpa

www.marcapersonal.es
www.brandingpersonal.com

colaboradores@marcapropia.net

Tel : 678 544 817