

Una cultura organizacional centrada en el SER

El verdadero y único factor de ventaja competitiva

Por: María Clara Villegas Jaramillo
maria.villegas@hiconsulting.com

Dijo alguna vez Aristóteles que el fin último del ser humano es ser feliz... ¡pero eso era antes! A los que nacimos en el siglo XX, nos educaron para ser exitosos, no para ser felices y nos convencieron que éxito es sinónimo de felicidad. Con los años entendí que esto no es verdad; hoy puedo afirmar que es la felicidad la que conduce al éxito. Las empresas exitosas han entendido entonces que la fórmula del éxito de una organización es la suma de dos elementos: un buen producto y un equipo de gente feliz, entendida la felicidad como el hecho de uno sentirse bien consigo mismo, con su trabajo, con su familia, con la vida... se trata de no manejar vacíos.

Nuestros derechos fundamentales son el derecho a la vida, a la libertad y a la búsqueda de la felicidad, y entendí un día que el miedo al fracaso es una constante y no la búsqueda de la felicidad. Digo lo anterior porque fuimos educados pensando que el SER es algo que va ligado a la realización de los sueños de HACER y de TENER; por eso la gente dice: "Yo soy vicepresidente", y en realidad uno no es vicepresidente: uno ocupa una vicepresidencia, ¡Imagínense! si uno lo es, está muy llevado, porque el día que se pensione o lo boten ¡se desaparece!

Le preguntas a una persona joven: Qué quieres ser en la vida?, y te dice que quiere ser un buen profesional, pero resulta que eso no es SER, es HACER. Le dices a una niña lo mismo y te contesta que quiere ser una gran mamá; eso no es SER, ese es un sueño de HACER. Ella quiere realizarse en el rol de mamá, que es distinto. Conclusión: la gente no sabe lo que es el sueño de SER. Éste es un verbo porque termina en "er". Lo que pasa es que es muy especial, porque es el único verbo mocho que existe. "Yo soy..." (esos puntos significan algo), ¿o no? Yo por ejemplo, soy amorosa, generosa y humilde de corazón.

Les voy a contar una historia: hace alrededor de un año estaba dictando un taller sobre el SER para el equipo directivo de un banco. Cuando estaba explicando esto, una ejecutiva levantó la mano y me dijo que no entendía eso del SER. Le pregunté qué era exactamente lo que no entendía y me respondió que ella era muy amorosa, pero su problema era que no se le notaba... Entonces todo el mundo se rió. Yo mire hacia arriba y le dije a mi Dios: ¡"Esto no me puede estar pasando! Qué comentario tan incoherente, ilumíname por favor". Entonces me iluminé; me imagino que si a uno no se le nota es porque no lo ES. Le expliqué lo siguiente: nosotros, tal como los demás elementos de la naturaleza, tenemos cualidades; así como el limón tiene una cualidad natural que es la acidez y el azúcar la dulzura, nosotros tenemos generosidad, humildad, alegría, ternura, fortaleza, paciencia, persistencia, templanza, etc. La diferencia entre un limón y nosotros es que éste no puede escoger ser ácido, mientras que nosotros sí, pues se nos dotó de una capacidad que se llama el libre albedrío, que consiste en poder decidir si se nos nota o no. Entonces le pregunté que como querría ser recordada cuando muriera:, ¿como una mujer amable, amorosa? Y contestó: "¡Claro que sí!" Yo le respondí: Pues que se te note porque es gratis.. El SER son precisamente esas cualidades naturales que son tan evidentes.

La felicidad es SER, es aquello que es apetecible siempre por uno mismo y jamás por otra cosa. Es lo que se siente en el instante en que uno conscientemente practica una cualidad natural del ser humano. Debemos definir nuestro sueño de SER, que no es nada distinto a decidir las tres cualidades naturales por la cuales queremos ser recordados.

Cuando estudié Economía me enseñaron que una vez se satisface una necesidad, se genera otra. Que si uno solamente tiene sueños de HACER y sueños de TENER nunca se llena...

siempre tendrá un vacío. Pensemos sobre lo siguiente: si sólo tenemos sueños de HACER y de TENER, vamos a sufrir mucho. Primero, porque éstos dependen totalmente del dinero y, si uno no lo tiene, pues no es nadie. Por ejemplo, para la gente de las empresas el único día feliz es el día de la quincena, ¿o no? Entonces, ¿qué hacemos para que los 14 siguientes no sean tan largos y sin sentido? Pues dedicarnos a realizar el sueño de SER, el único que es gratis. Si felicidad es ese “wash” que se siente cuando uno vive la experiencia de SER, es necesario crear una cultura organizacional centrada en el SER, lo cual implica un trabajo largo. Requiere guía y orientación; implica deshacerse de muchos “libretos” y malos hábitos que todos sabemos son muy difíciles de cambiar.

Una cultura organizacional centrada en el SER en una empresa, no son sus productos, es el carisma de su gente, que no es nada distinto a un grupo de personas que tomaron conciencia de lo que son y quieren SER. A la gente feliz le brillan los ojos porque ha entendido que uno no puede ser amable y generoso solo, que necesitamos de otro ser humano para SER y si pasamos la mayor parte del día en una empresa que está llena de personas, ¿no les parece que el trabajo es el escenario de realización más grande que nos ha regalado la vida? Estas personas saben cómo en el HACER pueden realizar el sueño de SER y saben, porque ya lo han podido comprobar, que cuando lo hacen, los sueños de TENER no hay que buscarlos, sino que éstos llegan como por arte de magia.

En el escenario familiar, vemos cómo nuestros hijos están empezando a buscar caminos más gratificantes. Esto se hace evidente en las profesiones que están escogiendo, más humanistas, artísticas y en general diferentes a las nuestras, en búsqueda de un mayor sentido. Esto demanda de nosotros dos cosas: por un lado, entenderlos y ayudarlos a encontrar su camino por medio de la realización de sus sueños, sobre todo el de SER. Por otro, tenemos la responsabilidad de desarrollar unos nuevos seres humanos, ayudarlos a ser mejores personas ante la realidad que estamos viviendo, que no es la ideal. Nuestro reto es formar hombres felices, que se sientan bien consigo mismos y con el mundo, con la seguridad de que si lo logran, van a ser tremendamente exitosos.

Todo lo anterior exige de nosotros hacer un paréntesis en la vida para reflexionar, hacernos preguntas, interiorizar y darle sentido a lo recorrido en nuestro camino. Como dicen por ahí: “Uno no puede dar de lo que no tiene y no puede reconocer en un tercero lo que uno no es”. Es indispensable buscar espacios y momentos en las empresas y en el camino de la vida para oírse, escucharse, para estar consigo mismo. Es ahí donde entendemos que somos seres humanos y no un “libreto”, y que en la medida en que seamos lo que somos, seremos felices.

Por esto, fortalecer una cultura organizacional centrada en el SER, no es nada distinto a exteriorizar esas cualidades, esa forma de trabajar que los caracteriza, ese lenguaje común que termina convirtiéndose en su ventaja competitiva. El logotipo de la empresa es resultado de todo lo anterior como símbolo de una manera de SER, unas cualidades y valores que se notan, que se viven.