

DOSSIER EMPRESARIAL

Inicio

Martes, 15 de Junio de 2010

Edición Impresa	Opinión	Mercados	Archivo	Suscripción	Publicidad	Contacto
-----------------	---------	----------	---------	-------------	------------	----------

Última Hora

18:35

CC.OO: 'Habr  huelga general'

18:34

Londres va a crear un impuesto a los bancos porque 'jugaron un papel importante' en la crisis

18:31

Barroso y Juncker desmienten que la UE prepare el rescate de España

18:30

El Ibex sube un 0,23% al cierre y mantiene los 9.500 puntos

18:29

Cajasol envía su oferta a Nomura para pujar por CajaSur

18:28

La CE sopesa prohibir temporalmente los seguros contra el impago de la deuda

Opin n

Pablo Maella : Responsabilidad y resultados

edro Pérez era un comercial de mucho éxito que vend  baldosas para baños. Sus resultados de ventas, antes de la ca da del mercado de la construcción, habían sido espectaculares. Era además un trabajador muy eficaz como lo demuestra el que sus resultados eran de los mejores de la compa a. La crisis llegó, el mercado de las baldosas se desplomó y Pedro, a pesar de continuar poniendo esfuerzo, interés y talento en el trabajo, no vend  casi nada.

Si fuéramos los jefes de Pedro,  qu  haríamos con él?:  despedirlo?,  sancionarlo por sus malos resultados?,  calificarle negativamente en la evaluación anual? Probablemente cualquiera de estas medidas nos parecería injusta porque no haríamos responsable a Pedro de los resultados de su trabajo.

Y es que los logros en el trabajo no dependen sólo del profesional que hace el trabajo, dependen también de la empresa y de la situación del entorno en el que desarrolla su actividad. La realidad nos muestra que se puede trabajar bien y no obtener resultados positivos, e incluso, se pueden hacer las cosas mal y obtenerlos. A lo primero lo llamamos mala suerte y a lo segundo lo llamamos suerte.

Por tanto, no somos responsables de los resultados, pero sí de poner todos los medios a nuestro alcance para trabajar de manera eficaz, y también de hacer todo lo posible para revertir los resultados negativos en caso de que se produzcan. Pedro ahora es responsable de intentar buscar nuevas vías y métodos para, dentro de lo posible, mejorar las ventas. Pedro tiene que ser responsable: responsabilidad es la palabra clave para la eficacia personal,  y en qué consiste ésta?

Lo primero, en no instalarse en el victimismo. El hecho de que haya cosas que nos afectan que no controlamos, puede ser una invitación a quejarnos de lo injusto que es el mundo –que por otro lado, lo puede ser-, pero instalarnos en el victimismo no es una respuesta eficaz, porque nos hace consumir muchos recursos en lamentarnos. El segundo aspecto que implica la responsabilidad es la proactividad, que consiste en actuar para tratar de cambiar una situación que no nos sea favorable. Lo que sí es seguro que con una actitud pasiva difícilmente Pedro va a mejorar sus resultados. Por último, la responsabilidad incluye el poner esfuerzo en el trabajo. Sin un esfuerzo continuado es muy difícil obtener resultados. Pero estar dispuesto a poner esfuerzo de manera constante, no es fácil, por eso, la adecuada gestión de la voluntad requiere tenacidad y perseverancia: el que insiste acaba ganando. Creo que fue Churchill el que decía que la diferencia entre el éxito y el fracaso es levantarse una vez más de las que se haya caído.

En definitiva, la profesionales responsables son aquellos que son conscientes que la responsabilidad es el camino hacia a la eficacia y se caracterizan por huir del victimismo, por ser proactivos y por ser tenaces y perseverantes. Asumen que el motor de la eficacia est  en ellos mismos, y que si la suerte les acompaña tendrán resultados positivos, y que si lo que les acompaña es la mala suerte y los resultados positivos les son esquivos, actuarán para tratar de revertir la situación.

Y es precisamente esto lo que puede hacer Pedro Pérez: no malgastar energías quejándose, actuar proactivamente, y ser tenaz, es decir, ser lo suficientemente responsable para buscar la eficacia a pesar de que los elementos externos puedan resultarle desfavorables.

Pablo Maella es profesor de IESE Business School y ponente de LID Conferenciantes

Pablo Maella : Simplificar para triunfar