

Amalio Rey: ¡¡Elemental!! (Lucy Kellaway)



Es un librito de 2004, que descubrí por casualidad en una estantería de la sección de lecturas de Carrefour, mientras buscaba un regalo de última hora para un amigo. Estuvo un tiempo olvidado en mi librero, pero volví a él este verano y no lo solté hasta terminarlo, porque me enganchó por su sentido común y estilo hilarante.

Es un **libro** para disfrutar porque es simpático, ácido y descarado. **Pone patas arriba a todos los tópicos del management** y arremete, con gracia, contra las modas estúpidas que se cuentan en los libros de negocio que pueblan las estanterías de los aeropuertos.

Sus críticas apuntan también contra **vicios, mimetismos, modas y pensamiento borrego** de directivos de empresa que viven obsesionados por la forma y la imagen, e ignoran la esencia de las cosas.

Los artículos de **Lucy Kellaway** explotan un sarcasmo parecido al de **Scott Adams**, con su personaje de **Dilbert**. No es que me guste demasiado la ironía pesimista de Dilbert, pero reconozco que contiene una fórmula efectiva para poner a pensar a más de un *empresario de cubículo*.

La autora recuerda que escribir sobre gestión es más fácil que gestionar, y sostiene que esa es la razón por la que se escriben tan malos libros en esta área.

Sobre los Best Sellers de Management

Escritores de best sellers como **Tom Peters** (“con más estilo que sustancia”, se queja la Kellaway) salen muy mal parados, y a mi juicio, con razón.

La autora aporta **objeciones razonables hacia los libros de gestión**, algunas de las cuales comparto sin miramientos:

1. Títulos con promesas rotundas (“lea este libro y sus beneficios aumentarán”)
2. Libros pseudo-científicos que no demuestran nada de lo que afirman
3. Propuestas tan obvias que su único atractivo está en el envoltorio
4. Eufemismos sobre “más-de-lo-mismo” pero vendidos como modas de gestión.

La autora se pregunta por qué hay que estar siempre reinventando la gestión en lugar de coger prestado algo de los viejos métodos, y se responde a sí misma argumentando que:

“Predicar el cambio es más rentable que defender el status quo”

Tomemos buena nota de esto los consultores que nos dedicamos a la innovación y sobre todo, los que no entendemos que la innovación no es un fin en sí misma, sino un medio.

Formación cara e inútil

Kellaway se mofa a placer de algunos tipos de **cursos de formación caros y de ridícula utilidad** que se ofrecen en el mercado. Lo triste es que los ejemplos que pone no son tan exagerados como podría parecer.

No puedo estar más de acuerdo con la autora cuando se queja de que *“la parafernalia de la formación es uno de los pocos mercados que quedan en el que aún pueden obtenerse absurdos beneficios”*, lo tacha como el *“mercado menos competitivo del mundo”* por los títulos absurdos de los cursos, los pobres contenidos que se ofrecen, las promesas grandilocuentes con que atraen a los participantes y sus precios intolerables.



Títulos de libros de Management para desternillarse

Al terminar el libro, estaba como loco por darme una vuelta por las librerías para ver cómo anda el patio nacional en esto de los libros de gestión. Tenía una idea de esto, pero quería ponerla al día.

Veamos **algunos títulos de Management que me he encontrado en las estanterías**. Ahí va un decálogo de libros (¡¡son reales, ahí estaban, lo juro!!) que nunca compraría:

- “La estrategia de la zancadilla”
- “Si Harry Potter dirigiera General Electric”
- “La sabiduría de la tortuga”
- “Fauna S.A.: Soluciones animales a los problemas de la empresa”
- “El valor del samurái”
- “Homo seductor”
- “100 preguntas que cambiarán tu vida en menos de una hora”
- “¡Abrácelos!”
- “Alejandro Magno y la gestión de empresas”
- “Aventuras de una gallina emprendedora”

Como veis, algunos títulos son para desternillarse, ¡¡y se venden!!!

Como **críticas al libro** de Kellaway señalaría dos. Una, las ideas que se destacan en *itálica* como las más interesantes, entrelazadas en los textos, son tan obvias y simplonas que desentonan con su inteligencia, así que me temo que no han sido elegidas por la autora, sino por la editorial. La segunda es que:

En algunos artículos Kellaway peca, para mi gusto, de excesivo sarcasmo que bordea la crítica destructiva, pero tomado con humor paciente, tampoco molesta.

Añado a continuación, por hacer boca, algunas citas extraídas del libro que destacaría por tratar temas que se abordan con frecuencia en nuestra página-web:

Sobre los consultores:

- *“Escribir un informe de consultoría y largarse es considerablemente más fácil que ser un directivo real”*
- *“Los jóvenes y presuntuosos consultores de McKinsey, BCG o Andersen nunca se cansan de decir lo estúpidos que son sus clientes”*
- *“Los mejores consultores son aquellos con una experiencia altamente especializada en campos científicos o industriales específicos. Los peores son los generalistas, en su mayoría economistas,*

que están dispuestos (a cambio de unos honorarios) a dar consejos sobre prácticamente cualquier cosa”.

Sobre la pasión:

- *“¿Está la gente en general más apasionada con su trabajo que antes? Lo dudo mucho. Y aunque lo estuviera, definitivamente no sería bueno. Según mi diccionario, apasionado significa “tener emociones fácilmente, ser ardiente, intenso, susceptible, sexualmente fervoroso”. Nada de esto tiene que ver con el trabajo. Gracias a Dios”.*
- *“La integridad es una condición más que necesaria para que una sociedad funcione. La pasión es lo contrario: poco deseable en la elección de una esposa o de un banquero. Un matrimonio basado sólo en la pasión no tiene muchas probabilidades de durar y, en cuanto a una relación bancaria apasionada, cuanto menos se hable sobre el asunto, mejor”.*

Sobre los libros de gestión:

- *“Existe un género totalmente nuevo de libros de gestión que intentan ser ligeros y cercanos, con títulos supuestamente intrigantes como “Blur!” o “Bailando con los raptores”. Hay otro tipo de libros que caen dentro del género de “cómo-llegué-a-ser-tan-grande”. Mis libros favoritos son aquellos que están escritos por directivos reales sobre experiencias reales”.*

Sobre los géneros:

- *“No estoy más orgullosa de ser mujer que de medir, por ejemplo, 1.60 o tener el pelo castaño”*

Sobre la formación:

- *“El verdadero problema no es que las empresas no inviertan lo suficiente en formación, sino que no la organizan o miden adecuadamente. Lo que no se hace es “la formación adecuada en el momento adecuado en la forma adecuada con los instructores adecuados”.*
- *“Futbolistas, remeros, actores, cocineros. Todos han sido utilizados una y otra vez como modelos de inspiración para el trabajo en equipo. Pero hay un nuevo modelo que acaba de hacer acto de presencia: los pigmeos. Manfred Kets de Vries, el distinguido profesor de INSEAD, publicó recientemente un artículo llamado “Equipos de alto rendimiento: lecciones de los pigmeos”.*

Diversión y ocio para mejorar el ambiente de la empresa:

- *“Parece como si hubiéramos perdido todas las ideas sobre cómo relacionarnos con nuestros compañeros de forma normal. Me gustan mis compañeros. Trabajo bien con ellos, pero ¿un masaje? No gracias”.*
- *“Grandes empresas que al parecer están introduciendo programas obligatorios de diversión (...) pero la diversión no es algo que los directivos puedan introducir a la fuerza”.*

Sobre liderazgo:

- *“Los académicos han exagerado sobre esta materia más que sobre ninguna otra: existen más de cien definiciones contradictorias sobre liderazgo”.*

Nota: Este artículo fue publicado originalmente como parte del Boletín eMOTools de Julio-Agosto de 2009, pero se había perdido con la nueva versión de página-web. Debido a su interés, hemos querido editarlo y recuperarlo en 2013.