

EL JEFE DE TODO ESTO

Por JOSÉ AGUILAR LÓPEZ. Socio director de Mind Value

12/07/07



La última película de Lars von Trier, titulada "El jefe de todo esto", nos muestra agudamente algunos de los riesgos que acechan a quienes emprenden un negocio. La acción está ambientada en Dinamarca, donde Ravn pone en marcha una empresa del sector de las tecnologías de la información. Se rodea de un equipo capaz desde el punto de vista técnico, con rasgos de personalidad muy diferentes.

Para que el negocio funcione bien necesita:
·Capital, que reúne de una manera muy ingeniosa
·Talento, presente en dosis suficientes en el equipo que forma
·Visión, muy clara al principio, aunque en un constante proceso de revisión por parte de sus colaboradores
·Estrategia de negocio, elaborada en torno a su producto estrella, que consigue posicionar con éxito en el mercado.

De hecho, la empresa alcanza sus objetivos durante un tiempo. Pero las razones de sus resultados no son sólo las ya mencionadas. Además, Ravn debe mantener unido a un equipo potencialmente conflictivo. El sentido crítico y el inconformismo de sus colaboradores aportan valor a la compañía, pero pueden generar falta de cohesión. Como saben muchos emprendedores, el éxito y el fracaso dependen mucho más de factores internos que de circunstancias ajenas a la propia empresa: acción de los competidores, cambios en los precios de la materia prima, nuevas regulaciones del mercado¿

Cualquier obstáculo de este tipo puede ser definitivo para una empresa desunida, o es superado sin especial esfuerzo por un equipo bien compenetrado.

La solución que se le ocurre a Ravn es aglutinar al equipo en torno a su propia persona: se convierte en un jefe dialogante, atento a las inquietudes y necesidades de su gente. Pero la marcha del negocio exige la toma de decisiones impopulares, por lo que Ravn se inventa la figura de un director general, residente en Estados Unidos, que gobierna la empresa a distancia, mediante mensajes de e-mail. Este personaje ficticio es denominado en la empresa "el jefe de todo esto", y se convierte en el blanco de todas las críticas.

Uno de los modos de poner en valor un negocio que arranca con éxito es su venta. Esto es lo que Ravn pretende, un poco de espaldas a sus colaboradores.

Pero el comprador exige la presencia del director general en el acto de la firma, por lo que Ravn se ve obligado a contratar a un actor en paro y le encomienda que represente ese papel. Desde ese momento, la situación da varios giros inesperados, hasta llegar a un callejón sin salida.

Hay varias consecuencias muy instructivas, en la descripción de la trama y en su desenlace.

·No es posible buscar a toda costa el aprecio de los colaboradores, y pretender al mismo tiempo, y a toda costa, la consecución del mayor provecho personal en perjuicio incluso de los empleados de la empresa. Las ficciones que se crean para alcanzar simultáneamente ambos objetivos acaban revelando su inconsistencia.

·Descargar la responsabilidad de algunas decisiones sobre instancias anónimas o normativas impersonales genera frustración y rechazo. Es preferible asumir en primera persona las medidas que sea oportuno implantar, aunque en ocasiones generen un cierto rechazo por parte del personal.

·La comunicación fluida es el mejor antídoto frente a reacciones emocionales que fácilmente derivan en conflictos o en comportamientos que distraen de los verdaderos objetivos de la empresa.

·Por otra parte, las emociones están inevitablemente presentes, sobre todo en negocios que requieren un alto nivel de implicación por parte de quienes lo promueven. Es preciso, por tanto, saber manejarlas adecuadamente, con un pleno respeto a las personas, y sin recurrir a procedimientos manipuladores.

JOSÉ

AGUILAR

LÓPEZ