

## Gestión Empresarial

**Belén Varela** Especialista en dirección de personas

# “Es mejor aprender de los éxitos que de los errores”

**Yarelin García** MADRID.

Belén Varela se dedica a gestionar el optimismo de las organizaciones, una tarea nada sencilla en los tiempos que corren. Ahora, además, lo difunde a través de su primer libro, *La rebelión de las moscas*, una obra en la que exalta la importancia de la positividad en una empresa.

### ¿Por qué decidió escribir sobre el optimismo?

Comprobé que las organizaciones se apatronaban en su circunstancia de víctimas, y las que creían en las expectativas se marcaban retos y crecían; así que probé a inocular optimismo en una organización. Como los resultados fueron inmediatos y muy escandalosos, empecé a pensar que tenía más relación de la que pensaba, y pensé en escribir sobre otra manera de hacer las cosas que se base en el potencial de las personas, más que en gestionar sus defectos e incapacidades.

### ¿A qué se debe el título de su obra?

Unamuno explicaba en una autobiografía que si metes en una botella a una mosca y una abeja y pones luz en el fondo de la botella, la abeja no hará más que golpearse contra el cristal buscando la luz, mientras a la mosca no le importará darle la espalda. Se ve más capaz de disfrutar de cualquier circunstancia.

### Pero la luz se asocia al optimismo...

Sí, parece contradictorio, pero es una metáfora que explica que a veces la luz no está donde creemos. No es hacer las cosas de la manera que pensamos que se debe hacer, hay que buscar otras alternativas.

### ¿El éxito está relacionado con ser positivos?

Sin duda. No creo que sea la receta mágica para todo, pero sí tengo claro que el pesimismo no sirve para nada.

### Pero es lo que nos mueve ¿Cree que es culpa de la prensa?

Desconozco por qué nos gusta regodearnos en lo malo. Es una forma de consolarnos y quizá por eso nos gusta poner el foco en lo negativo.

### Ha trabajado en varios sectores, ¿cuál de ellos gestiona mejor el optimismo?

Cualquier sector es susceptible de encontrar sentido; pero es cierto que el metal es un sector complica-



EE

### Saber adaptarse:

“El optimista es el que conoce sus recursos y los pone a disposición de la situación”

### Mantener el ánimo:

“Hay que abstraerse de la situación, centrarse en la empresa y conocer sus potenciales”

### Aspecto a mejorar:

“Potenciar la educación. La confianza es la asignatura pendiente”

do de trabajar porque tanto el empresario cree que el trabajador quiere abusar, como el sindicato cree que el empresario abusa. Trabajar con rencor es muy difícil.

### ¿El entusiasmo supone el éxito de una compañía o es más la predisposición a marcarse nuevos retos?

La cuestión no está sólo en tener expectativas, sino en la manera de afrontarlas. El optimista no es el que se marca una meta y cree que le son favorables las circunstancias, sino el que conoce sus recursos y los pone a disposición de la situación.

### ¿Cuáles son las claves para potenciar el optimismo?

Abstraerse de la situación, centrarse en sí mismos y conocer sus potenciales. A partir de ahí, ya se pueden construir modelos y valorar en qué destacan las personas.

### ¿En qué debemos mejorar?

En la educación, enseñar a los niños a conocer sus fortalezas y potenciarlas, y en las organizaciones

desde el mismo enfoque. Incluso en el ámbito gubernamental se puede empezar a creer más en el propio país y poner pilares en un crecimiento basado en nuestras fortalezas, no en lo que crean que debemos hacer. La confianza es la asignatura pendiente.

### Dice que las organizaciones nacen optimistas, ¿qué pasa con ese espíritu?

Nos dejamos llevar por el entorno. Cuando aparecen síntomas de adversidad, como tengas un entorno negativo, tiendes a hundirte.

### ¿Recomienda el error?

Recomiendo decidir y ser consecuente. La mejor escuela es aprender de los éxitos y de las soluciones mejor que de los errores.

### ¿Quiénes son más entusiastas, trabajadores o empresarios?

No sé si estaría tan claro, pero el líder puede generar herramientas que permitan ser optimistas a la plantilla. No obstante, que cada uno ponga de su parte.



Rompe Moldes

**María Millán**

Redactora

## CON LA CRISIS, EL APETITO POR LAS COSAS NO SE APAGA

En estos tiempos en que las malas noticias continuas nos sacuden, el ánimo general oscila entre irascible y apático, y el color de las vivencias cotidianas tiende a gris. La apatía hace que sea común pensar que ha desaparecido el apetito por las cosas, y que lo mejor es mantener los negocios en bajo tono vital. Pero esto no es así; el apetito por las cosas simplemente cambia, no se acaba, y en consecuencia, es necesario cambiar la manera de relacionarnos con nuestro mercado.

Dadas las circunstancias, para conectar con los potenciales clientes, las marcas tienen dos vías, bien aplacar sus preocupaciones –tranquilizándoles, y ofreciendo, ante todo, seguridad o proponerles soluciones realistas para recuperar la alegría de vivir– alentando cambios de perspectiva ante las vivencias cotidianas, e incluso, animándoles a asumir riesgos moderados. Si nos fijamos, éstas son las piedras de toque sobre las que los grandes anunciantes nos hablan en la actualidad. Y es que, si uno enciende la televisión un rato, es muy probable que se tope con algún anuncio de seguros, los vendedores de seguridad por idiosincrasia; o que le lluevan lemas como “estar a gusto con la vida”, o “lo normal, es estar bien”. De hecho, esta búsqueda de seguridad es tan marcada, que incluso la denominación “la ruta del vino Ribera del Duero” se ha animado a realizar este mes una campaña masiva, apelando al tirón de la tierra y de las raíces.

Por otro lado, los que optan por azuzar nuestra alegría de vivir, nos recuerdan la “influencia de la felicidad” en la vida, nos invitan a “disfrutar lo que tienes”–a buscar la plenitud de lo cotidiano–, y a naturalizar los cambios –como tener que compartir piso– con humor. Y mientras tanto, tenemos a Rafa Nadal animándonos a jugar al póker, y a otros anunciantes de juegos invitándonos a asumir “riesgos...moderados”, desde detrás de nuestras pantallas.

Visto lo visto, está claro que lo de que “tu revolución comienza en casa” no resuena en la mayoría como un grito de guerra, sino un intento de hacernos sentir más libres en este contexto, que hasta la felicidad necesita ser explicada.