

OPINIÓN: APUNTES DE LIDERAZGO

EL LÍDER HUMANISTA: MÁS QUE UNA MODA PASAJERA

No hay publicación especializada ni experto en 'management' que se precie que no eleve el asunto de la humanización de la empresa al rango de prioridad estratégica

Plácido Fajardo

Managing Partner de Leaderland



Si Erasmo de Rotterdam levantara la cabeza estaría encantado de escuchar cuánto hablamos de humanismo hoy en nuestras organizaciones. No hay publicación especializada ni experto en management que se precie que no eleve el asunto de la humanización de la empresa al rango de prioridad estratégica -junto a la digitalización y la sostenibilidad, los otros componentes del hit parade-.

Lo paradójico ha sido la causa de esta súbita preocupación. No ha sido consecuencia de haber calado las teorías de expertos que llevan años predicándolo -muchas veces, en el desierto-. Ni de los mensajes de líderes empresariales convencidos de la necesidad de humanizar las empresas como propósito, que los hay. Esto de concienciarnos masivamente de que hay que poner a las personas en el centro, como clave estratégica para conseguir el mayor rendimiento y los mejores resultados, ha sido otra de las consecuencias -en este caso positiva- de la omnipresente pandemia. No hay mal que por bien no venga.

Podría elaborar una lista exhaustiva de los atributos que adornan al líder humanista. Seguro que quedaría muy bien, como uno de esos decálogos de requisitos perfectamente expresados que, tras leerlos, uno queda boquiabierto tan solo de pensar que pudiera reunirlos. Por ejemplo, podría incluir características como preocuparse por la salud de sus colaboradores y de sus familias. Respetar a las personas, situarlas en lugar preferente y tratarlas de forma amable -"el orden de las personas es antes que el orden de las cosas" decía un magnífico Presidente que tuve-. Mostrarse cercanos, sin poner por medio la distancia de la jerarquía. Interesarse por las inquietudes de aprender y desarrollarse de su gente. Ayudarles a encontrar sentido a lo que hacen. Comunicar con ellos de forma honesta, transparente y sincera. Hacerles sentir un equipo y darles toda la cancha posible. Cumplir su palabra, darles confianza y a cambio recibirla. Facilitarles su trabajo, demostrando flexibilidad y no sólo pidiéndola. Reconocerles lo que hacen bien y darles feedback constructivo sobre lo que han de mejorar. Ser humilde y reconocer sus propios errores, como seres humanos falibles que somos...en fin, podría decir muchas cosas y seguro que se me olvidarían algunas.

Pero prefiero evitar la típica lista conceptual y, a cambio, invitarles a pensar en los líderes humanistas que tengan o hayan tenido a su alrededor. Seguro que les aparece alguno, a poco que hagan memoria. De hecho, la mejor manera de reconocer a un líder humanista es cuando falta. Son esas personas que uno recuerda para siempre tras su ausencia, que dejan una buena huella y permanecen durante años en la memoria de la organización. Que no solo son recordados por los más cercanos, sino por el conjunto, porque trataban a las personas como tales, sin importar el rol de cada una.

Otra forma fácil de reconocer a un líder humanista es por comparación. A quien no lo es, o incluso es lo contrario, se le nota mucho y se sabe rápido. Y cada vez se está menos dispuesto a tolerar comportamientos insensibles, carentes de humanidad, que dejan en evidencia clamorosamente a quien los demuestra.

En nuestra actividad de búsqueda de directivos vemos cada día cómo los mejores profesionales hacen la "due diligence cultural" antes de aceptar una oferta para cambiar de trabajo, y se cuidan muy mucho de tomar referencias. Las empresas de cultura más humana atraen más porque suelen tener líderes más humanos al frente, una consecuencia totalmente lógica, por otra parte. Y este es un factor de atracción del talento cada día más importante que, al igual que otras cosas, la pandemia también ha acelerado.

El primer líder humanista de cualquier organización debería ser quien está más arriba. Y su primera misión debería ser asegurarse de estar rodeado de hombres y mujeres que promuevan esa humanidad en su entorno. No hay otra forma de conseguir culturas más humanas, por mucho que algunos se empeñen. Esto es perfectamente compatible con la obtención de resultados y el ánimo de lucro. Es más, es la mejor manera de asegurarlo.

La evolución de las sociedades desarrolladas, en las que tenemos la fortuna de vivir, y de las organizaciones que las componen están viendo una tendencia imparable hacia esta manera de entender el trabajo. Humanizar las organizaciones es una forma de hacerlas más duraderas y exitosas, más sostenibles. Entre otras cosas porque les va a permitir atraer al mejor talento y fidelizarlo, como ya están comprobando los sectores en los que se está viviendo una encarnizada batalla competitiva. Y desde ahí se irá extendiendo progresivamente al resto de sectores y de empresas.

Las nuevas generaciones, esas a las que la pandemia ha recortado las alas durante algunos de sus mejores años, tienen muy claro el orden de sus prioridades. Se sienten atraídos por lo que comúnmente se entiende como un buen lugar donde trabajar, en el que las relaciones sean satisfactorias, el aprendizaje un aliciente, la flexibilidad una norma y el propósito un estímulo que les resulte motivador, algo por lo que merezca la pena trabajar.

En este tipo de organizaciones el líder humanista no debería ser una excepción, sino una regla. Y esto va a permanecer mucho más allá en el tiempo de lo que dure la existencia en nuestras vidas de este virus que llegó un mal día para recordarnos que somos, ante todo, humanos.

El Confidencial