

## Manuel María Camacho

Socio de Dalbau Selección y Consultoría. [opinione@recoletos.es](mailto:opinione@recoletos.es)

## '300' luchando en equipo

¿Le gustaría producir mucho con pocos recursos? Desde que he visto 300, me pregunto cómo unos pocos soldados pueden detener a un ejército de un millón.

**Era un sitio estratégico:** el Paso de las Termópilas tenía en esos momentos unos 15 metros. ¿Es posible que la razón por la que 300 resistieron a 1.000.000 fuera sólo porque su posición era muy buena? Tenían una ventaja competitiva muy importante: luchaban en equipo. Cuando los persas atacaban empezaban a correr hacia el enemigo. A lo máximo que un general persa aspiraba, era a distinguir caballería e infantería. Los espartanos luchaban juntos y se protegían unos a otros. Sus antepasados habían inventado la falange, formada por los hoplitas –guerreros armados con lanza de dos metros y espada– protegidos por un gran yelmo, placas de bronce que cubrían la tibia y la rodilla y un pesado escudo redondo de madera forrada de bronce llamado hoplon.

Aquel que quisiera destacar en combate saliendo de la fila, ponía en peligro su vida al no tener compañeros que protegieran sus costados y, al mismo tiempo, ponía en peligro a la falange al

mensa conquista de Alejandro, llegando a la India con sus ejércitos.

¿Podemos decir lo mismo del Imperio Romano? Sin ser un experto, opino que las claves de su magnitud y duración fueron el Derecho Romano y el Ejército, basado éste en los mismos principios de trabajo en equipo. A la orden de ataque, la primera línea avanzaba escudo con escudo, mientras los de la segunda les protegían con sus propios escudos colocándolos sobre sus cabezas. Cuando luchaban contra los pueblos del norte de Europa –celtas, galos, etcétera– ocurría lo mismo: corrían hacia el enemigo sin orden, buscando su propio honor y gloria mientras que los romanos luchaban por un ideal superior: Roma.

Desgraciadamente, en el día a día el responsable de ventas está enfrentado al de producción que es un "inútil y no fabrica todo lo que debe", y el de finanzas con el comercial "que le vende a los malos pagadores". Trabajar en equipo supone ser



dejar un hueco por romper la línea. No había sitio para combates individuales heroicos al estilo de los narrados por Homero. La clave estaba en que cada hoplita, sabía que sus compañeros de derecha e izquierda le protegían, o mejor dicho, existía una relación de interdependencia entre todos los miembros de la falange.

Pero volvamos a nuestro análisis económico. ¿Se da cuenta de la diferencia de costes de mantenimiento de un ejército de 1 millón de personas frente a uno de 300? Otro tema es la motivación de unos y otros: a los persas, cuenta Herodoto, había que mandarles a luchar a latigazos. Los griegos luchaban por su ciudad, a pesar de que la amenaza directa de los persas era hacia Atenas, no hacia Esparta. Masacraron a los ejércitos de Jerjes, incluidos los inmortales o tropa de élite de los persas y, sólo cuando el sistema de la falange dejó de funcionar por atacarles por dos frentes, fueron vencidos. Posteriormente el padre de Alejandro Magno, Filipo, creó la Falange Macedonia, uno de los pilares sobre los que se asienta la in-

consciente de que ambos departamentos se necesitan, que hay que luchar por el beneficio de nuestra Roma, nuestra empresa. Un buen ejecutivo me decía que en la multinacional en la que trabajaba dedicaba un tercio del tiempo a defenderse de sus compañeros, otro a defenderse de su empresa y otro a trabajar. No es de extrañar que terminara marchándose.

Todos estamos convencidos de la bondad de trabajar en equipo, sin embargo ¡qué difícil es! Egoísmos, comparaciones, mentiras, calumnias, celos, monopolizar información, rumores, cotilleos, chismes, envidias, evitar conflictos (en vez de enfrentarse a ellos). Estos son los torpedos del trabajo en equipo. La cuestión es: ¿somos –usted y yo– buenos miembros de nuestros equipos? ¿Hay interdependencia en mi empresa? Acuérdesse de los 300... ¡de la repuesta depende que forje usted un Imperio!

Otras opiniones en:

[www.expansionyempleo.com/opinion.html](http://www.expansionyempleo.com/opinion.html)

## EL OJO CRÍTICO

## Plácido Fajardo

Socio de Leaders Trust International.  
[opinione@recoletos.es](mailto:opinione@recoletos.es)

## Vidas de ex

Su trayectoria deportiva había sido admirada por toda una generación. Lideró a una saga irrepitible con la que alcanzó la cumbre y disfrutó a menudo las mieles del triunfo. Pero todo eso quedó atrás. Ahora charlábamos apaciblemente sobre la vida, la familia, los amigos, los planes y, por supuesto, la profesión. Una vez retirado, nada volvería a ser como antes, es cierto, pero quedaba aún una larga vida por delante. ¿Cómo afrontarla desde ese plano secundario que acompaña inevitablemente a un ex? Pues, lo tengo muy claro, decía, "aspiro a ser recordado por algo distinto a mi carrera como deportista profesional". Titánica tarea dada la altura del listón, que hubiera sonado a bravuconada si no fuera por la sencillez que transmitía. Me pareció una actitud inusual y encomiable.

En el otro extremo situaríamos a quienes viven de ser simplemente "ex". Personas que han alcanzado la fama, el éxito, la excelencia en un periodo de su vida que, por alguna circunstancia, se acaba. Pueden ser artistas, deportistas, ejecutivos o políticos, da igual. El caso es que su época de gloria y plenitud pasó de largo. La estrella del éxito es caprichosa, como la propia vida. Mantenerla fulgurante de manera sostenida puede ser un empeño admirable pero normalmente inútil. Los años pasan y los momentos de esplendor vienen y van, como en un carrusel. Ese toque divino que lleva a la cúspide, allí donde el talento se cruza con la oportunidad, suele ser efímero y volátil. Los artistas dicen que lo difícil no es llegar, sino mantenerse.

Quienes no aceptan esto viven aferrados a un pasado mejor. En plena edad productiva, se limitan a exhibir lo que fueron como su principal valor y comercian con ello o viven de

las rentas. Su actividad consiste en explotar el ayer, anclados en la nostalgia. Pronuncian conferencias y escriben sus memorias. Y eso está muy bien, pero sólo si se hace complementariamente. Además, hay que adaptarse a las circunstancias del presente, renovar la ilusión, emprender proyectos nuevos sin autocomplacencias y buscar otras formas de conseguir la excelencia pasada.

Hay quienes han ejercido el poder de un cargo y han encontrado así la satisfacción plena a sus motivaciones junto a una forma cómoda de ganarse la vida. Son ex que añoran con desesperación el sillón perdido y cuya única ambición consiste en recuperarlo a toda costa. Les mueve realmente el ansia de poder y no la vocación de servicio a sus semejantes –como afirman hipócritamente– pues, si así fuera, tendría fácil arreglo. Cada día hay más necesidades sociales y multitud de formas de ayudar a la comunidad. Pero claro, son opciones no lucrativas en las que, además, en lugar de ir a mandar, se va a servir.

Y, esto, por hablar sólo de quienes han tenido una profesión. Luego están las ex parejas de famosos, sin mayor oficio ni beneficio que vivir de contarlos sin el menor pudor, mediante historias aderezadas con un puñado de inmundicias y bajezas de alcoba. No les dedicaré ni un minuto.

Hay que estar orgulloso de haber hecho algo útil o importante en la vida. Merece todo el respeto y la admiración, pero no es un cheque en blanco con crédito ilimitado. Abusar de la condición de ex puede resultar ridículo, incluso patético. Alguien dijo que envejecemos cuando el peso de nuestros recuerdos es mayor al de nuestras ilusiones. O sea que, encima, podemos convertirnos en prematuros abuelos cebolleta.

**Expansión & EMPLEO**

Depósito Legal M-15572-1986  
ISSN 1576-3323

GRUPO UNIDAD EDITORIAL

PRESIDENTA  
CARMEN IGLESIASCONSEJERO DELEGADO  
ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

Director general de publicidad: Alejandro de Vicente

Directores generales: Luis Enriquez (Prensa); Jaime Gutiérrez-Colomer (Audiovisual); Koro Castellano (Internet); Julián Esteban (Operaciones)

Edita: Unidad Editorial, Información Económica S.L.U.

Director gerente: José Jesús López  
Director de Publicidad: Pablo Sempere  
Director de Marketing: Pedro IglesiasDIRECTOR GENERAL EDITORIAL  
PEDRO J. RAMÍREZ

DIRECTOR

JESÚS MARTÍNEZ DE RIOJA VÁZQUEZ

DIRECTOR DE REDACCIÓN: Iñaki Garay

SUBDIRECTORES: Manuel del Pozo y Martí Saballs

COORDINACIÓN DE EXPANSIÓN Y EMPLEO: Tino Fernández

Jefe de Sección: Quique Rodríguez

Expansión & Empleo: Marián Lezaun / Montserrat Mateos / Ana Colmenarejo / Soledad Valle / Ángela Méndez / Tamara Vázquez / Raquel Golig / Juan Carlos Fernández / Felipe J. García / Ángel González / Henar González / Silvia Barroso  
[expansionyempleo@recoletos.es](mailto:expansionyempleo@recoletos.es)  
Tfno.: 91 337 32 20 Fax: 91 337 32 66

MADRID: 28046, Paseo de la Castellana, 66. Tel. 91 337 32 20. Télex: 41889 BARCELONA: 08017, Avda. Diagonal, 640. Edif. 3-4.ª planta. Tel. 93 227 67 00. Telefax: 93 227 67 61. BILBAO: 48013, Camino Capuchinos de Basurto, 2. Tel. 94 473 91 50. Telefax: 94 473 91 64. VALENCIA: 46004, Pasaje Doctor Serra, 1, 2.ª, pla. 5. Tel. 96 351 77 76. Fax: 96 351 81 01. SEVILLA: 41011, República Argentina, 25, 9.ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax: 95 427 25 01. VIGO: 36202, López de Neira, 3, 3.ª, Oficina 303. Tel. 986 22 79 33. Telefax: 986 43 81 99.

PUBLICIDAD: DIRECTORA: Arantxa Sasiambarena. Tel.: 91 443 56 11. JEFE DE PUBLICIDAD: José María Montejo. Tel.: 91 443 55 70. EMPLEO: M.ª José Gordon / M.ª José Zapatero. Tels.: 91 443 55 74 / 91 443 55 72. FORMACIÓN: Mónica Fernández / Ana Casallilla. Tels.: 91 443 55 75 / 91 443 55 73. CIERRE DE PUBLICIDAD: Beatriz González. Tel.: 91 443 55 71. COORDINACIÓN: Daniel Ortiz. Tel.: 91 337 04 80. Fax: 91 337 37 84. EXPANSIÓN &amp; EMPLEO.COM: JEFE DE PUBLICIDAD: Rodrigo Pérez Gorostiza. Tel.: 91 443 56 18. EMPLEO: Cristina Gornati. Tel.: 91 443 55 76. TRÁFICO: Mikel Goldaracena de Lucio. Tel.: 91 443 55 69. BARCELONA: Eduardo Jaumot. Tel.: 93 227 67 70 / Luz Sguerra. Tel.: 93 227 67 51. Fax: 93 227 67 62. BILBAO: Juan Luis González Anduiza. Tel.: 94 473 91 02. Fax: 94 473 91 56. VALENCIA: José Vicente Sánchez Beato. Tel.: 96 351 77 76. Fax: 96 351 81 01. ANDALUCÍA: Miguel Dávila. Tel.: 95 499 14 40. Fax: 95 427 25 01. A CORUÑA: Miguel Viu. Tel.: 981 20 85 37. Fax: 981 22 84 59. VIGO: Manuel Carrera. Tel.: 986 22 91 28. Fax: 986 43 81 99. ZARAGOZA: Alvaro Cardemil. Tel.: 976 40 50 53.

COMERCIAL: SUSCRIPCIONES: Paseo de la Castellana, 66, 28046 Madrid. Tel. 902 99 61 00. Fax: 901 022 220. EJEMPLARES ATRASADOS CDA. Tel. 902 50 54 86. Fax: 91 208 93 31. CIRCULACIÓN: MADRID: Paseo de la Castellana, 66. Tels.: 91 337 38 76-91 337 37 89. Fax: 91 337 37 91. SEVILLA: Polígono Industrial La Palmera. Parcela 3. Carretera Madrid-Cádiz, km. 550. 41700 Dos Hermanas (Sevilla). BARCELONA: Avda. Diagonal, 640. Edif. 3-4.ª planta. RESÚMENES DE PRENSA. Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1, Ley 23/2006): Acceso, My News, Vozcento Media Trader y Factiva.

IMPRIME: RECOPYRINT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 91 692 73 20. Fax: 91 692 13 74

DIFUSIÓN CONTROLADA POR

