

NUEVAS FORMAS, RESULTADOS DIFERENTES

Dr. CÉSAR AUGUSTO ATOCHE PACHERRES¹

PROFESOR PRINCIPAL UNIVERSIDAD NACIONAL

DE PIURA-PERÚ (UNP)

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

www.cesar-augusto-atoche.com



Cuenta la historia que don Albert Einstein ante la pregunta sobre qué le diría a las personas o gente que le decían loco mientras realizaba pruebas, contestó dejando una frase célebre: “Locura es hacer lo mismo una y otra vez, y esperar obtener resultados distintos”. Y como es natural, quienes laboramos en el ámbito académico nos corresponde preguntarnos ¿Qué nos quiso decir?

En primer lugar, atendiendo a la RAE² la gente asociaba locura con privación del juicio o del uso de la razón, o también acción inconsiderada o gran desacierto.

En segundo lugar, atendiendo a lo dijo el famoso filósofo Aristóteles sobre que los actos repetitivos forman un hábito que puede ser virtud o vicio, pues la gente asociaba los actos repetitivos con vicios como perder el tiempo en cosas o pruebas supuestamente improductivas.

En tercer lugar, atendiendo a lo común de las mayorías pues ante un insulto se esperaba otro insulto de mayor calibre.

Sin embargo, lo que hizo Don Albert Einstein fue un conjunto de acciones que, por su carácter anómalo, causaron sorpresa en la gente de tal magnitud que hubo exaltación del ánimo o de los ánimos al punto de llegar a considerarlo persona extraordinaria, fuera de lo común.

Por otro lado, realizar muchas pruebas perseverantemente nos llevan a mayor conocimiento, cuanto mayor el número de pruebas pues mayor el conocimiento al punto de ser inconscientemente competente y eso es una gran virtud.

¹ Licenciado en Administración de Empresas por UDEP, Magíster en Administración con mención en Negocios internacionales por Universidad del Pacífico, Doctor en Ciencias Administrativas con mención en Dirección de empresas por UNP.

² El término RAE se refiere al diccionario de la Real Academia Española.

Además, con su estilo de responder nos dejó otra enseñanza cual es evitar el sarcasmo³. En efecto, imagínense que don Albert Einstein hubiera respondido así: “Te diría que te tragues tus palabras, sin embargo ya estás muy gorda”, “Séneca dijo: la soledad no es estar solo, sino es estar vacío”, “La gente no cambia, solo encuentra nuevas formas de mentir”. Por el contrario, su respuesta está más cerca de: “Me declaro responsable de lo que hago, no de lo que dicen que hago”, “El concepto que usted tiene sobre mí va a ser difícil que cambie quién soy, sin embargo sí cambia mi concepto sobre usted ... he sido un buen espejo”. Entonces, él sabía que su nivel intelectual estaba por encima del común de la gente, solo faltaba demostrarlo y qué bien que lo hizo aunado con un elevado nivel espiritual⁴.

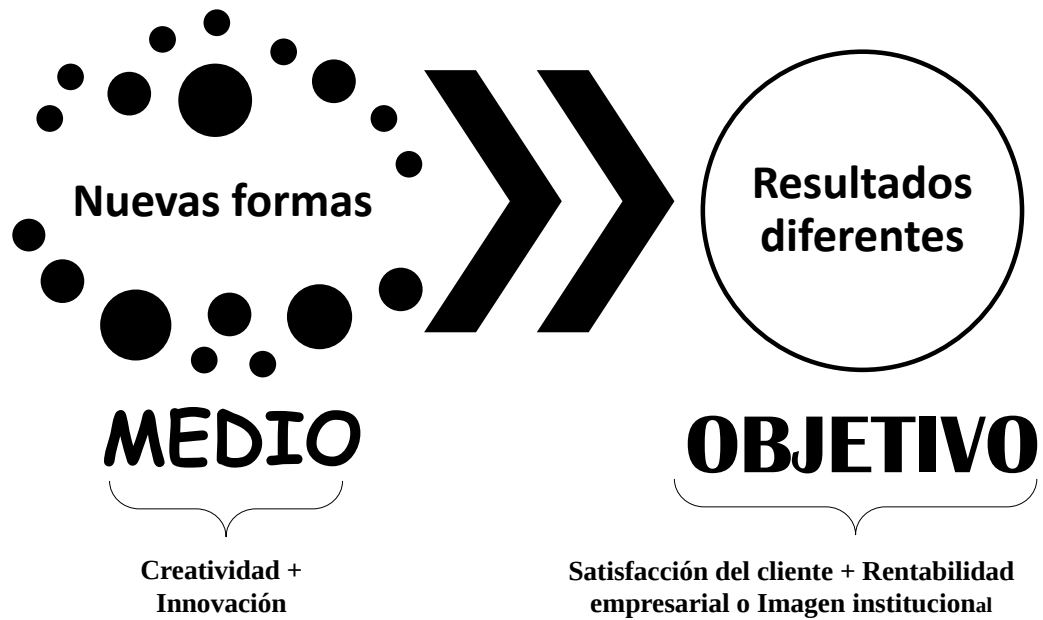
Entonces, tal parece que lo que nos quiso decir don Albert Einstein es: “si quieres resultados diferentes, entonces cambia las formas de hacer las cosas”, ¿cómo? Con creatividad e innovación y siempre que el cambio contribuya al bien común. Veamos este ejemplo: “... las ventas e ingresos han disminuido, debemos despedir este mes a 3 trabajadores”. Un gerente creativo podría convocar a reunión con todos los trabajadores, exponerles la situación y pedirles que en el lapso de 72 horas alcancen una propuesta de solución. Sorpresa: la propuesta podría ser rebajar la remuneración entre todos los trabajadores, o bien despidos rotativos empezando por los peores evaluados hasta que las ventas e ingresos mejoren; mientras que la innovación correspondería a implementar a la brevedad posible la propuesta de los trabajadores. De esta manera se cuida la rentabilidad de la empresa y/o la imagen institucional como también la satisfacción del cliente/usuario. La nueva forma de actuar comprende: darle una nueva oportunidad de mejora tanto a los trabajadores peor evaluados como también al desempeño o rendimiento del equipo total. El resultado diferente sería: menor problema social, mayor responsabilidad social de la organización pues se preocupa por la persona humana, mayor adhesión o lealtad o identificación de los trabajadores con la organización, los clientes sentirán mayor confianza y lealtad hacia nuestra empresa.

Una vez más, a nuevos tiempos, pues nuevas formas con resultados diferentes.

³ Sarcasmo: Burla sangrienta, ironía mordaz y cruel con que se ofende o maltrata a alguien o algo. Y a veces, capacidad de insultar a los tontos, sin ellos darse cuenta. Por ejemplo: “Amor: ¿estoy gorda? ... pero cómo dices eso mi Buda, perdón mi vida”, “Pero qué feo estás, no te preocupes pues alguien te querrá por tu corazón ... Fundación pro donación de órganos”.

⁴ Demostró ser comprensivo y además perdonó al devolver ideas inteligentes frente a los insultos. También se adelantó al principio 90-10 propuesto por Stephen Covey que propugna paciencia y reacciones comprensivas con buen humor (90%) ante las adversidades (10%).

Modelo propuesto por Dr. César Augusto Atoche



Modelo propuesto por Dr. César Augusto Atoche

