

# Lecciones del mundo de la música para directivos

Rockvolución empresarial no es un libro de paralelismos entre una banda de música y una empresa, sino que nos muestra la lógica con que los músicos resuelven sus necesidades y encuentran soluciones creativas, originales y efectivas que vendrían bien a muchas compañías. Bon Jovi es asesor del presidente de EEUU, Lady Gaga es la directora creativa de Polaroid y Bruce Dickinson, cantante de Iron Maiden, es el director de Marketing de una compañía aérea.

Salva López hace en Rockvolución un repaso a la historia del rock buscando innovaciones aplicables a la gestión empresarial. "Los músicos tienen un circuito mental cableado de un modo distinto, y son capaces de analizar la realidad de otra manera. Einstein decía que no podemos solucionar los problemas con la misma mentalidad que los ha creado, y creo que nos convendría aprender de esa manera de pensar", explica López. Una empresa y una banda tienen en común el trabajo en equipo. López considera que U2 o Coldplay son equipos de alto rendimiento, pero que dan mejores resultados que la mayoría de las empresas porque tienen algo que falta en las compañías: entusiasmo. "En las organizaciones se gestiona el talento, pero es sólo una capacidad. En cambio el entusiasmo es pura energía", asegura López. Los fichajes de músicos en grandes empresas tienen parte de operación mediática, pero "los músicos son líderes naturales, innovadores sociales". Es lo que hace Sting: reinterpreta viejos éxitos para conseguir nuevos resultados. Pero los músicos también tienen competencia. Cuando aparece un competidor, sacan a los músicos antiguos de lo que Salva López llama "la zona de confort", y los ponen en la cuerda floja de "la zona de diversión".

