

Por qué tu jefe es un inútil

Los criterios de selección priman el exceso de confianza y el egocentrismo y penalizan a las mujeres

Justo Barranco

Una búsqueda en Google de la expresión “mi jefe” se autocompleta inmediatamente con predicados como “me habla mal” o “me grita”. También con “es un psicópata” o “es un inútil”. No cabe duda de que la gente con jefes excelentes y empáticos no googlea al respecto, pero, afirma el argentino Tomás Chamorro-Premuzic –profesor de Psicología Empresarial del University College londinense y jefe científico de talento de Manpower Group–, las estadísticas dicen lo mismo. Según Gallup, el 65% de los estadounidenses preferiría cambiar de jefe antes que un aumento de sueldo. Pero, como afirma el autor en *¿Por qué tantos hombres incompetentes se convierten en líderes? (y cómo evitarlo)*, eso denota falta de visión: el siguiente jefe puede ser peor.

Jefes que, recuerda, en su mayoría son hombres: en el 2017, las mujeres eran el 44% de los trabajadores de las empresas del S&P 500 y el 6% de los consejeros delegados. Cuando el autor mencionó a una clienta que escribía un libro sobre las mujeres y el liderazgo, ella le sugirió: “¿Quieres decir que estás escribiendo dos libros?”.

Así las cosas, Chamorro-Premuzic se pregunta si la abundancia de malos líderes y que la mayoría sean hombres están relacionados. Cree que sí. Y el problema son los criterios de selección: si tantos incompetentes se convierten en líderes, defiende, es porque sus defectos de carácter se confunden con señales de talento o liderazgo. Rasgos como el



ARCHIVO



¿POR QUÉ TANTOS HOMBRES INCOMPETENTES SE CONVIERTEN EN LÍDERES?
Tomás Chamorro-Premuzic
Empresa Activa | Papel, 16 €

exceso de confianza o el egocentrismo en vez de verse como una alarma llevan a exclamar “¿Qué tío tan carismático!”. Hay más rasgos: arrogancia, brusquedad, inconsciencia de las propias limitaciones y una gran admiración por sí mismos. De hecho, apunta, son sus mayores fans y hacen networking y autopromoción de manera continua. Defectos que no entorpecen sus carreras. Al contrario. No es extraño: Freud decía que “el narcisismo de otra persona tiene una gran atracción para alguien que ha renunciado a parte del suyo”. El pro-

ducto es que tanto en los negocios como en la política hay un excedente de egocéntricos e incompetentes al mando. Y que a las mujeres se les recomiendan comportamientos masculinos para ascender, como “cree en ti mismo” o “sé tu mismo”, como si uno pudiera ser otro, ironiza el autor.

Y resalta que debemos cambiar la visión sobre el liderazgo: no es una recompensa personal sino un recurso para la organización, y es bueno si aumenta la motivación y el rendimiento. Líderes que empoderen en vez de quemar, que inspiren en vez de crear ansiedad. La prioridad es elevar el nivel de liderazgo: uno malo es muy costoso. Y para eso pide cambiar los criterios de selección por otros –conocimiento experto, inteligencia y curiosidad abonan el liderazgo potencial– que predigan el rendimiento real en la empresa y no el éxito de la carrera del líder. Ahora, denuncia, hay un sistema patológico que premia a los hombres por su incompetencia y castiga a las mujeres: las pocas que llegan tardan un 30% más y son cuatro años mayores de media, pese a que al mando tienen más inteligencia emocional, autocontrol, empatía y liderazgo transformacional. ●

Steve Carell es el jefe inepto que protagoniza la serie 'The Office'

Los defectos de carácter, denuncia el autor, se confunden con señales de talento o liderazgo

LOS 7 SECRETOS PARA INVERTIR COMO WARREN BUFFETT

Mary Buffett y Sean Seah

Deusto. Barcelona, 2020

224 p. | Papel, 17,95 € | E-book, 9,99 €



Mary Buffett, ex-nuera del oráculo de Omaha, Warren Buffett, escuchó atentamente a su exsuegro los 12 años que perteneció a su familia y se familiarizó con su método de inversión en bolsa, muy alejado de la mentalidad especulativa a corto plazo. Y ya hace dos décadas escribió el libro *Buffetología*, el primero de una sucesión de superventas. Sean Seah, hoy inversor, fue uno de sus jóvenes lectores, y ahora ambos escriben al alimón una guía con las nociones y consejos clave para invertir en valor.

ULTRALEARNING

Scott H. Young

Conecta

Barcelona, 2019

302 p. | Papel, 18,90 € | E-book, 8,99 €



Lograr una educación equiparable a la del MIT sin ir a Boston. Hablar un idioma nuevo con fluidez en tres meses. En un mundo en el que hay que reciclar o adquirir nuevos conocimientos de forma perenne, el autor propone una estrategia para aprender más y más rápido. Comienza dibujando un mapa que detalle por qué, qué y cómo aprender un tema, y que se basa en principios como la concentración, ser inflexibles con los puntos débiles, poner a prueba lo que sabemos, desarrollar la intuición y analizar lo que se nos olvida.

TOM PETERS EN BUSCA DEL BOOM

Tom Peters

Deusto

Barcelona, 2020

348 p. | Papel, 19,95 €



Más de dos centenares de ideas y consejos para dirigir los negocios de manera exitosa en un mundo de competencia feroz. Deusto recupera este libro de los años noventa –las fotos lo demuestran– del gurú de la gestión empresarial Tom Peters, que asegura que el 99,9% de lo que se necesita para lograr algo es la determinación de hacerlo... sumado a otro 99,9% que es trabajar como un endemoniado para mantener el ánimo, aprender y practicar hasta que todo se convierte en connatural.

Luis Torras

Analista financiero

Lecciones de liderazgo



Con sus más de 200.000 empleados y 250.000 millones de capitalización, Disney es hoy la compañía de entretenimiento y de medios más grande del mundo. En el libro *Lecciones de liderazgo creativo*, su consejero delegado desde el 2005, Robert Iger, repasa sus más de cuarenta años de trayectoria profesional compartiendo algunos de los principios que han guiado su carrera como alto directivo. Se trata de unas memorias que incluyen varias historias. Por un lado, la historia de cómo Disney se ha convertido en la mayor empresa del sector. Por otro lado, permite aproximar con gran detalle las sucesivas transformaciones tecnológicas y de formato experimentadas por la industria y que han incluido varias crisis y reinversiones de los modelos de negocio. Finalmente, el texto es un valioso testimonio en primera persona sobre el rol del liderazgo corporativo y su importancia en la transformación empresarial en un mundo que cada vez cambia más rápido y es más diverso.

Uno de los elementos que Iger más destaca es la importancia de la integridad y la valentía; ambas son características imprescindibles entre cualquier directivo de cualquier organización. Valentía para tomar decisiones difíciles, lo que muchas veces exige tomarlas a tiempo y siempre con poca información, pero también para asumir los errores cuando uno se equivoca; unos errores que son sustanciales al buen ejercicio de la función directiva que exige a la vez ambición y honestidad en beneficio de toda la organización.

Los valores y la dimensión ética son el otro gran aspecto al que Iger dedica más páginas.

Bob Iger
El ejecutivo de Disney nos recuerda en su libro que la reputación de la firma es la suma de quienes la representan

Entre otros mensajes, el mandamás de Disney recuerda como la reputación de las compañías no es más que la suma de las conductas de las personas que la configuran, lo que exige a todos, y muy especialmente a aquellos encargados de representar a la firma, distinguir entre lo que está bien y lo que está mal. Iger aconseja apostar sin miedo por el talento, palanca imprescindible para abordar cualquier empresa ambiciosa, las únicas que recomienda emprender.

El libro incluye interesantísimas vivencias personales como la amistad entre Iger y Jobs, desarrollada tras la operación de Pixar, o las negociaciones de algunas de las operaciones de compraventa más importantes de la industria, incluidas las recientes adquisiciones de Marvel o Lucasfilm, o el complejo proceso de gestión de los últimos estrenos de la saga Star Wars, no exento de tensiones entre George Lucas y el nuevo equipo creativo. Un magnífico texto sobre lo que sucede entre bambalinas (nunca mejor dicho) de un puesto tan vistoso y de tanta responsabilidad como el consejero delegado de Disney y que tiene la enorme virtud de recordarnos que ser un buen profesional pasa por ser antes una buena persona. |