

## No desaproveches la crisis

Beatriz Valderrama, marzo 2009

*El economista Paul Romer, pionero en basar el crecimiento económico sostenible en los activos intangibles y en la innovación, suele decir que una crisis es algo terrible de desperdiciar. Recientemente han hecho suya esta frase Hillary Clinton y Paul Krugman, citando al jefe de gabinete de Obama.*



**alta capacidad,  
creatividad y compromiso**

**“Donde otros ven crisis  
nosotros descubrimos  
oportunidades”**

Beatriz Valderrama, Socia-Directora

 alta  
capacidad

CLIMA LABORAL,  
MENTORING Y COACHING,  
TRANSFORMACION Y  
DESARROLLO ORGANIZACIONAL

info@altacapacidad.com    www.altacapacidad.com    +34 678 440 654

Los conferenciantes y consultores de Management estamos acostumbrados a propagar la *buena nueva* de la crisis como oportunidad, aportando pruebas de la sabiduría milenaria a partir del ideograma chino para representar las dos caras de un problema, crisis y oportunidad. En mi caso, lo aprendí de José M<sup>a</sup> Gasalla en el año 96, a finales del siglo pasado, junto con otras habilidades para dinamizar grupos y audiencias, de las que siempre le estaré agradecida.

Que lo digan economistas tan significativos es algo que nos refuerza a los profesionales *soft*, que trabajamos con personas, motivación, emociones y habilidades de liderazgo. Cuando hablan de aprovechar la crisis no se están refiriendo a poner en práctica soluciones reactivas como despedir a la mitad de la plantilla, sino a no dejar pasar la oportunidad de implantar reformas de fondo del sistema sanitario, energías, fiscalidad, etc.

No es esta una llamada para alegrarse de la crisis. Sería caer en el Síndrome de Pollyanna, aquella niña que encontraba lo positivo en todo, lo cual es admirable y digno de imitar, pero se pasaba un poco. A no ser que tu negocio sea anticíclico, la actual crisis económica te estará afectando negativamente, como a todos, pues hoy en día podemos afirmar realmente que todos estamos en el mismo barco.

Se trata de aprovechar la crisis para hacer cosas importantes que en momentos de bonanza no podemos hacer. Para aplicar este sabio consejo a nuestras empresas y a nuestras vidas hemos de poner a trabajar nuestra imaginación para buscar soluciones creativas. A Paul Krugman la crisis le ha dado la oportunidad de publicar continuamente y ser conocido... A los demás nos ha

dado la oportunidad de aprender de economía de un premio Nobel que nos ha hecho ver la luz a los legos en este campo.

Te propongo un ejercicio potente para identificar aquellas cosas a las que no dedicamos suficiente tiempo cuando estamos sobrecargados de trabajo. Esas cosas que echas en falta, quizá incluso te lamentas a diario, pero de las que no te acuerdas cuando tienes la ocasión de hacerlas. Por ejemplo, a los consultores suele sernos difícil mantener la relación con la base de clientes cuando estamos inmersos en uno o varios proyectos. En las empresas en épocas de alta producción, suele descuidarse la creatividad, la comunicación interna, los procesos de redefinición estratégica, visión y valores, la implantación de nuevas herramientas y sistemas de gestión. Y las personas en general soportamos largos e intensivos horarios que nos llevan a descuidar nuestras relaciones familiares, afectivas e incluso nuestro equilibrio personal.

## Cuaderno de desarrollo: “No desaproveches la crisis”

1. ¿Qué es lo que no puedo hacer en momentos de mucho trabajo, de mucho negocio?  
(Al menos 5 respuestas)


2. De todas las ideas selecciona aquella que contribuiría más a medio plazo a tus objetivos (En este momento es muy probable que tus prioridades sean aumentar ingresos o reducir gastos, por lo que puede ser un buen criterio de medida)

--

3. Haz una lista de lo que **vas a hacer ya** para aprovechar esa oportunidad


4. Trasládalo a tu agenda y trátalo como una prioridad