

Manager Focus

es una publicación mensual elaborada por directivos y profesores de las más prestigiosas Business Schools (Harvard, Berkeley, IESE, IE, ESADE, Caixanova, etc.) que, de forma rigurosa, selecciona aquellos títulos que son valorados como los más relevantes y que mayor aportación realizan a la empresa española. Pretende ser un avance de los títulos y una incitación a la lectura de dichos libros.

Comité Editorial

R.M. Álvarez del Blanco,
J.M.ª Insunza, J.C. Jarillo,
J.L. Nueno, P. Nueno,
J. Vega y E. Villaizán

© PMP Management Factory

Ningún texto publicado en *Manager Focus* puede ser reproducido, total o parcialmente, en cualquier forma o por cualquier medio, sin autorización escrita del editor.

ISSN: 1885-9321
D.L.: BI-368/06
Impreso en España

**Para solicitar
más información
o reservar su
suscripción,
puede contactar
con nosotros
mediante:**

Tel.: 902 104 127

Fax: 902 104 128

managerfocus@pmp.es

www.managerfocus.com

El liderazgo abierto es una necesidad desde que las redes sociales y la tecnología están aquí, y lo están para quedarse. No es una elección; es un hecho. Esta realidad conlleva riesgos y genera oportunidades. El mayor riesgo es el de la sobrecarga de información y la dificultad de diferenciar la que es relevante de la que no lo es, la que es veraz de la que está sesgada o la que requiere urgente atención de la que puede ser pospuesta.

La buena noticia con respecto a las tecnologías 2.0 y el liderazgo abierto es que gran parte de los que tendrán que afrontar esta situación han nacido ya en ella. Son la maltrata "generación Y" –aquellos nacidos entre los años 1980 y 2000–. Han crecido en una situación de vertiginosos cambios tecnológicos y el corto plazo los domina. Traen a la empresa la capacidad de interactuar *on-line*, en equipos distribuidos y flexibles, con tecnología en constante evolución y desarrollando los productos que demandan sus iguales. Además, saben dónde encontrar a esas personas que crecieron con ellos: los canales de distribución, de comunicación, de interacción. Ellos se han acostumbrado a vivir, a aprender y a relacionarse en tiempo real en mundos virtuales y no trasladables a la realidad física.

El mayor reto con respecto a las tecnologías 2.0 y el liderazgo abierto es cómo generar unidad en las empresas, para que tanto los que tienen ya esas habilidades como los que han de dirigirlos aporten el máximo de su potencial. Crear unidad en las empresas ha sido siempre complicado. Se trata de generar las condiciones necesarias para que las personas se identifiquen con la empresa.

Este desafío solo puede afrontarse desde una comprensión profunda de la realidad de ser persona. Cada individuo tiene necesidades materiales, intelectuales y afectivas. Y solo cuando los entornos de trabajo facilitan satisfacerlas, se suscitan el deseo voluntario y el convencimiento profundo de que vale la pena luchar por conseguir la misión de la empresa,

puesto que esta es el vehículo para lograr realizarse personal, profesional y socialmente.

Para ser realmente abierto, un liderazgo debe estar basado en relaciones de confianza mutua y beneficios recíprocos, en los que líderes y empleados se beneficien al trabajar para alcanzar la misión de la empresa. Estos líderes influyen en los demás no solo marcando pautas, políticas y sanciones, sino también diseñando programas atractivos de desarrollo y generando una cultura en la que se fomenten la participación y el respeto a la vida familiar.

“El mayor reto de las tecnologías 2.0 y el liderazgo abierto es cómo generar unidad en las empresas para que sus miembros aporten el máximo de su potencial”

El verdadero liderazgo abierto es, por tanto, aquel que existe para proporcionar un valor añadido tanto al cliente como al propio empleado. Es un liderazgo que puede beneficiarse mucho de los canales abiertos por las telecomunicaciones, ya que estas facilitan la flexibilidad y la responsabilidad personal. No obstante, también tiene que estar alerta para evitar los riesgos que dichas telecomunicaciones presentan, como, por ejemplo, la posible intrusión del trabajo en algunas esferas de la vida personal. El liderazgo abierto busca incluir a los clientes, a los accionistas, a los proveedores y a los empleados y sus familias como *stakeholders*. Ese es el verdadero reto. Avanzar en esta dirección es el compromiso de futuro por el que debemos apostar todos los que estamos implicados, ya sea desde la academia, la consultoría o la empresa. ■