La cultura de la amabilidad puede encumbrar tu empresa

Las compañías de éxito comparten tres principios: abundancia, relaciones a largo plazo y aprecio por los demás. Esto significa que alientan el desarrollo y crecimiento de los empleados, y celebran sus éxitos. ¿Hasta qué punto lo hace tu empresa?

1 de abril de 2020

En Alemania tienen una palabra para todo. La nostalgia de lugares lejanos es *fernweh*. El sentimiento *geborgenheit* es la mezcla perfecta de calidez, confort y seguridad. ¿Sabes ese comentario o réplica que se te ocurre cuando ya es demasiado tarde? Los alemanes lo llaman *treppenwitz*. Una de mis favoritas es *vergönnen*. Significa literalmente no envidiar algo o a alguien. Es decir, alegrarse de los éxitos de los demás. Hay pocos placeres tan profundos y gratificantes como el que sentimos cuando alguien cercano a nosotros tiene éxito.

El ritmo y las exigencias de la empresa moderna pueden impedir que los empleados celebren el crecimiento y los logros de sus compañeros. Es una pena. Aunque hay lugar para la

©IESE Business School

competitividad sana, la verdadera oportunidad para la innovación reside en la colaboración, y nada la estimula más que la cultura de *vergönnen*.

Pero crear un entorno de este tipo no es fácil. No se trata solo de hacer felices a tus empleados, sino de cultivar un ambiente de seguridad, responsabilidad compartida y respeto mutuo.

A lo largo de mi carrera he estudiado cientos de empresas, algunas de las cuales aparecen en mi nuevo libro *Organizations for People: Caring Cultures, Basic Needs and Better Lives*, escrito junto con el psicólogo industrial Michael O'Malley. En él, sostenemos que la apuesta por una cultura organizacional basada en la amabilidad se traduce en empleados satisfechos e incluso en una cuenta de resultados positiva.

He comprobado que las empresas donde reina el sentimiento de *vergönnen* comparten el compromiso con tres principios: abundancia, relaciones a largo plazo y aprecio por los demás. Si una compañía se centra en ellos, puede lograr que sus empleados encuentren inspiradores los éxitos de sus compañeros. Una cultura así permitirá a la empresa llegar hasta donde quiera.

Abundancia

Este principio se entiende mejor si lo comparamos con su opuesto, la escasez. En una empresa dominada por una mentalidad de escasez, ya se trate de puestos de trabajo, proyectos o tiempo a solas con el jefe, los empleados pueden sentirse atrapados en un juego de suma cero que genera una competitividad malsana. En cambio, una mentalidad de abundancia garantiza que el éxito de los compañeros no se perciba como una amenaza. Esto, a su vez, hace que el lugar de trabajo sea más colaborativo y productivo.

Es cierto que los recursos son finitos pero ello no debería implicar que los empleados teman la incertidumbre o dejen de tener acceso a lo que necesitan. La clave está en prepararlos de forma activa para la siguiente oportunidad, ya sea una gran cuenta o un ascenso.

Una manera de hacerlo es invertir en el desarrollo de los empleados. Las empresas que los empoderan para mejorar sus competencias, en su trayectoria profesional tradicional pero también en departamentos diferentes al suyo, amplían el espectro de posibilidades a las que el empleado percibe que tiene acceso. Cuando los empleados se sienten empoderados por la adquisición de nuevas habilidades, no solo son más útiles para cualquier empresa con necesidades cambiantes, también son menos propensos a establecer relaciones basadas en el miedo con sus compañeros. Y cuanto más conocimiento fluya en la organización, mayor

©IESE Business School

será la sensación de abundancia.

La versión completa de este artículo está publicada en la revista IESE Business School Insight 155.

Este contenido es exclusivamente para uso individual. Si deseas utilizar este material en clase, puedes adquirir las copias que necesites tanto del artículo como dela revista completa en formato PDF mediante IESE Publishing.

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School