

25/04/12 - 00:00 **ECONOMÍA**

Sadowsky: “El líder mejora su entorno”

El líder efectivo, según John Sadowsky, académico estadounidense, es aquel que logra concretar cambios en su entorno y desarrollar a sus subordinados y su empresa.



POR BYRON DARDÓN G.

Sadowsky, quien ayer dictó la conferencia “Liderar desde su propia historia. La fuente del verdadero liderazgo está en usted”, organizada por la escuela de Alta Gerencia, representante en el país de Harvard Business Review América Latina, concedió una entrevista a Prensa Libre. A continuación, un extracto de la misma.

¿Qué es el liderazgo?

A mí me gusta hablar de por qué debemos repensar el liderazgo. Porque en la sociedad tenemos muchas imágenes falsas de lo que es el liderazgo y nos enfocamos en cosas erradas.

Debemos averiguar cuáles son algunas de las lecciones de los grandes líderes y cómo se aplican a nuestra vida cotidiana para convertirnos en personas con más influencia en nuestro mundo.

No quiero decir que todos deberíamos tratar de ser un Gandhi, pero las lecciones de Gandhi sí se pueden aplicar a la vida cotidiana.

¿Un líder nace o se forma?

No tengo ejemplos de líderes naturales. Siempre se trata de un ambiente, de la pasión y de la práctica consciente o no, pero nunca es natural. El líder se hace.

Todo empieza con el alto conocimiento y con la conciencia de mis valores y de mis creencias. Porque en algunos momentos de la vida una persona toma una decisión para cambiar algo, como hizo Gandhi.

¿Cuál es la diferencia entre un líder y un hombre común?

La mayoría de la gente ve las limitaciones de las situaciones, pero un líder ve las posibilidades.

Steve Jobs, Gandhi, Nelson Mandela y John Kenedy fueron hombres que vieron las posibilidades y se focalizaron en ellas.

¿Se debe reformular el concepto de liderazgo?

Nuestra forma de analizar el liderazgo ha cambiado mucho y en los últimos 10 o 20 años se observan diferencias.

El líder moderno de hoy es una persona que desarrolla a su gente. Que hace las cosas a través de los otros.

En otros tiempos el líder era un héroe que se hacía seguir de la gente. Hoy en día, sobre todo en nuestras empresas, los grandes líderes son personas que desarrollan a su gente.

¿Hasta dónde se puede llegar en el desarrollo del líder?

Yo creo que el ser humano no tiene límites. Aunque existen estructuras y organizaciones que nos frenan, los límites verdaderos en la mayoría de los casos están en la mente.

Una persona que quiere influir más en su mundo tiene la capacidad de hacerlo, y aunque no es fácil, puede desarrollarse.

¿Por qué es importante desarrollar líderes en un país como Guatemala?

Para mí, el líder, en cualquier contexto, no es alguien como el presidente de la República. Es una persona que mejora su entorno, su grupo, su familia o su empresa cada día.

La gente que utiliza su influencia para mejorar las cosas.

Esto se aplica en cualquier contexto, porque mejorar una determinada situación es tan importante en Guatemala como en Rusia o Estados Unidos. No existen diferencias.

¿Cómo se aplica este concepto de liderazgo en las empresas?

Lo que veo en este ámbito es que no hay muchas empresas en el mundo que hacen un buen trabajo en el campo del desarrollo de los líderes.

Aunque hay algunas excepciones, pero tenemos que repensar todo sobre liderazgo porque nuestra visión es de jerarquía. Líder es quien tiene la autoridad o el puesto.

El líder siempre es profesor, couch y mentor.

La importancia del liderazgo crece cada día más. Se está democratizando.

Promotor del liderazgo

John Sadowsky es profesor de Grenoble Business School y entrenador de liderazgo y autoexpresión. También es Distinguished Professor de Gestion en la misma escuela.

Ha sido profesor visitante en el Institut d'Etudes Politiques (Sciences-Po), en París, y en Stanford Graduate School of Business, en California.

Catedrático en la National Academy of Economics, en Moscú, y en la Universidad Católica en Buenos Aires, Argentina.

Es autor del libro The Seven Rules of Storytelling (Pearson Village Mondial, 2009), el cual agotó su primera edición en tres meses, así como de otras obras como Email, social marketing and the art of storytelling.