

## GESTIÓN Y EMPLEO

## La ilusión de Papá Noel

En estas fechas abundan los propósitos de cambio en las condiciones laborales, pero pocas terminan haciéndose realidad

BORJA VILASECA

Como cada año por estas fechas, millones de trabajadores españoles se reúnen con los diferentes miembros de su empresa para celebrar la Navidad. Sentados alrededor de una mesa, muchos directivos suelen hacer hincapié, sobre todo después de varias copas de cava, en que “el bienestar de las personas es lo primero”, con lo que todo lo demás, incluyendo la actividad profesional, debería girar entorno a este noble pretexto. A veces hasta prometen “importantes cambios” en las condiciones laborales, que llenan de ilusión a todos los comensales.

Sin embargo, en demasiadas ocasiones estos buenos propósitos navideños terminan desvaneciéndose con el paso del tiempo. De ahí que año tras año los trabajadores insistan en trasladar a sus empresas sus deseos de mejora, empezando, como no, por un aumento de sueldo. Según una reciente encuesta de la empresa de trabajo temporal Adecco, el 89,5% desearía gozar de más planes de formación para desarrollarse. A esta petición le siguen contar con un seguro médico (73%), ayudas económicas para la educación de los hijos (71,1%), así como un plan de pensiones, considerado muy importante por el 70,2% de los 2.000 profesionales consultados.



Papá Noel ya tiene suficiente con traer regalos a los niños.

EPA

Y no sólo eso: la posibilidad de conciliación y el buen clima laboral también figuran entre los principales deseos de los empleados españoles. Así, el 95,3% quiere ser reconocido por sus superiores, el 94,1% echa de menos un mayor compañerismo y el 89,2% aboga por introducir cambios en la gestión. De hecho, al 57% le gustaría contar con una jornada

“Posponer el bienestar de hoy a ciertos cambios de mañana es echar a perder la vida, la riqueza más grande que tenemos”, afirma Vidal

da intensiva, al 37,8% con un horario flexible y al 5,2% restante, trabajar desde casa.

A pesar de su legitimidad, todas estas aspiraciones, que ponen el foco en mejorar las condiciones laborales externas, responden a una insatisfacción interior. No en vano, se estima que el 82% de los asalariados —unos 16,4 millones de personas— no se siente satisfecho profesionalmente, lo que repercute en el resto de dimensiones de su vida, según una encuesta realizada sobre 10.616 trabajadores por la compañía Monster.es, especializada en búsquedas de empleo por internet.

#### No existe el trabajo perfecto

Lo cierto es que no existe el puesto de trabajo perfecto. La gran mayoría de los empleos tienen su lado oscuro, que en algunos casos es del todo negro. Lo que se gana por una parte suele implicar renuncias por la otra. “El equilibrio es el camino y la meta, pero todavía existe mucha confusión sobre cómo alinear los fines empresariales con los medios más adecuados para conseguirlos”, afirma Ricardo Vidal, conferenciante y formador en la línea de enseñanzas del psicólogo Antonio Blay, precursor en España de la psicología transpersonal, encaminada a aflojar todo el potencial inherente a la condición humana.

“Lo único que existe es la realidad, es decir, lo que la empresa es en este preciso momento, que

cada persona filtra según sus deseos y expectativas subjetivas, generando así su propia experiencia interior”, añade Vidal. “Esta subjetividad es la que lleva a los trabajadores a juzgar y etiquetar negativamente la realidad objetiva de sus organizaciones, deseando que se introduzcan cambios de mejora”. Sin embargo, “posponer el bienestar de hoy a ciertos cambios de mañana es echar a perder la vida, la riqueza más grande que tenemos”.

Así, “en vez de pedirle a Papá Noel que cambie lo que no depende de nosotros, como las condiciones laborales o el estilo de liderazgo del jefe, debemos centrar nuestra energía en modificar nuestra actitud, que es lo único que sí está a nuestro alcance”. Más que nada porque “el primer perjudicado del enfado, la angustia o la depresión siempre es uno mismo”.

Para conquistar una actitud positiva y proactiva, siendo dueño de las reacciones emocionales que puede generar el día a día laboral, es necesario vivir un cambio de paradigma. “Se trata de poner el foco en nuestro interior, comprometiéndonos por nuestro desarrollo personal, un proceso que lleva a cambiarnos a nosotros mismos antes que a nuestras circunstancias”, concluye Vidal. Como dijo el escritor y filósofo francés, Jean Paul Sartre (1905-1980), “el secreto de la felicidad no es hacer lo que uno quiere, sino querer lo que uno hace”.

JORDI NADAL, FUNDADOR DE PLATAFORMA EDITORIAL

## “Una finalidad de la industria editorial es ayudar a encontrar el sentido de la vida”

La literatura contribuye a formar líderes “más humildes y empáticos”

B. V.

El sector editorial es de los más *caníbales* de la realidad económica española: para que una empresa pueda crecer otra debe irremediablemente disminuir. A lo largo de la última década, mientras que el número de empleados ha aumentado el 43,5% (hasta llegar a los 15.667), la facturación global —eliminando el efecto de la inflación— ha caído el 1,5%, situándose en los 3.014 millones de euros, según la Federación de Gremios Editores de España.

Sin embargo, año tras año van apareciendo nuevas editoriales. Y es que no todo el mundo emprende un negocio para ganar dinero. Hay personas que buscan otro tipo de *riquezas* y tienen el valor y la determinación de seguir el camino marcado por su pasión, impulsando proyectos empresariales honestos y coherentes, con un propósito humanista que los dignifique.

Este es el caso del emprendedor Jordi Nadal (Llicà d'Amunt, 1962), que tras 30 años trabajan-

do en importantes editoriales españolas ha fundado, junto con Cati Farrán, Plataforma Editorial, cuyo objetivo es “dar voz a obras que realmente valgan la pena”. Autor de la novela *Todo tan cerca* (Poliedro) y del ensayo *Meditando el management y la vida* (Gestión 2000), Nadal imparte conferencias por todo el mundo, en las que reflexiona sobre el papel de la literatura en el liderazgo empresarial.

**Pregunta.** ¿Qué le ha llevado a convertirse en empresario en un mercado tan maduro y competitivo con el editorial?

**Respuesta.** La convicción de que la buena literatura tiene un poder transformador. La experiencia de leer puede cambiarnos por dentro, lo que repercute en nuestra interacción con lo que vivimos afuera. Y no sólo eso: la lectura estimula a las personas a que piensen por sí mismas... Los libros son medios, pero la perversión del mercado los quiere convertir en fines.

**P.** ¿De qué manera?

**R.** Aunque no se puede generalizar, lo que hoy impera es la

creación de productos comerciales, cuyo contenido deja en algunas ocasiones mucho que desear. Más allá de este oportunismo comercial, alineado con modas pasajeras, una finalidad de la industria editorial es ayudar a encontrar el sentido de la vida, a comprender quiénes somos y cuál es nuestra relación con la existencia. No queremos publicar libros para perderse, sino para encontrarse.

**P.** Las editoriales deberían ser filtros cualitativos, ¿no?

**R.** Exacto. Nuestra editorial quiere actuar a modo de radar o esponja de autores y mensajes que aporten dicha comprensión. Si algo hemos aprendido es que uno cosecha lo que siembra. Hoy en día, como editorial sólo puedes engañar a los lectores una vez. Hacer trampa no es rentable a medio plazo. Nosotros apostamos por la autenticidad desde el inicio.

**P.** ¿Y los lectores?

**R.** El mundo es cada vez más complejo y crece el número de personas que busca respuestas para vivir en coherencia con su



Jordi Nadal.

“Uno sólo puede amar lo que conoce y comprende; la ignorancia es lo que genera el miedo, que es precisamente lo contrario del amor”

verdadera naturaleza. Estamos hablando de la conquista de la felicidad, el fin más perseguido por la humanidad. Pero para ser felices es necesaria la comprensión. Uno sólo puede amar lo que conoce; la ignorancia es lo que genera el miedo, que es precisamente lo contrario del amor.

**P.** ¿Y qué hay de los empresarios? ¿Leen?

**R.** Precisamente, se trata de un nicho en expansión. La realidad social y económica está transformándose a velocidad de vértigo. Los profesionales están más cerca de la tecnología que de la naturaleza, lo que les obliga a saber gestionar el vacío existencial que esta situación les genera. Además, sin la capacidad de comprender al otro no se puede ser líder.

**P.** ¿Qué le puede aportar la lectura a un ejecutivo?

**R.** Le puede cambiar la manera en la que observa la realidad. Leer equivale a aprender, un proceso que exige valentía, pues nos lleva a trascender el *yo* para alcanzar el *nosotros*. La literatura contribuye a formar líderes afectivos, mucho más humildes y empáticos, lo que incrementa su efectividad a la hora de gestionar a otras personas. Al fin y al cabo, los líderes son quienes están construyendo hoy el mundo de mañana. En mi caso, tengo presente a mis hijos cada vez que tomo una decisión.