

## Llega a España la "estrategia emocional"

Bethencourt ha sido pionera en implantar este nuevo modelo de desarrollo directivo

Ángel Alonso Ruiz  
aalonso@negocio.com

Las emociones influyen en el mundo de la empresa. Las emociones individuales, como el humor con que acudimos a la oficina o la relación que establecemos con los compañeros e incluso ante la perspectiva de un ascenso finalmente frustrado, inciden sobre el trabajo diario.

Pero las emociones colectivas, como los rumores sobre posibles movimientos de fusión con otra compañía; cuando aparecen problemas en el departamento de ventas o una inminente reestructuración también dejan su huella en la empresa, aunque de manera imperceptible.

En los últimos años, el mercado de desarrollo directivo en España ha crecido de manera importante. La mayoría de las consultoras ponen encima de la mesa planes estratégicos para ayudar a las empresas a superar momentos de conflicto que no tienen en cuenta, sin embargo, esta circunstancia.

**"Si queremos competir, hay que aprender a capitalizar las emociones".**

Bethencourt Strategic Development ha sido una de las pioneras en implantar modelos basados en la gestión de las emociones. "La estrategia emocional consiste en analizar qué es lo que está generando una serie de emociones en el aire poco propicias para el negocio de la empresa", asegura Pino Bethencourt, socia directora de la consultora.

Las empresas se comportan como personas. Y los problemas que tienen son muy parecidos a los que sufren también las personas. "Ahora nos damos cuenta de que dichos problemas vienen de las emociones individuales pero también de algo que flota en el aire y que forma parte de la cultura de la empresa", explica la fundadora de Bethencourt.

Los líderes de las organizaciones son fundamentales para la formación de la cul-



Pino Bethencourt.

Foto: E. Ouz

tura empresarial. "Son quienes tienen más peso sobre la emoción colectiva porque sirven de ejemplo para los demás", señala Bethencourt.

Las empresas comienzan a valorar cada vez más la importancia de una adecuada gestión emocional. Y diseñan planes de acción que impactan sobre los aspectos negativos de las emociones. El tiempo y los recursos para llevar a cabo los cambios necesarios son elementos fundamentales para el diagnóstico de la situación y detectar determinadas incoherencias.

"Hay que estudiar cuáles son las fortalezas que han permitido a la empresa llegar donde ha llegado", señala Bethencourt. La estrategia debe contar con los profesionales que han demostrado su valía pero sin olvidar que "las personas no son negativas en sí. Una persona colocada en el sitio equivocado no da resultados", concluye.

### Fortalezas

Bethencourt Strategic Development prefiere poner el énfasis en las fortalezas de la empresa en lugar de intentar cambiar lo negativo. "Puede que una persona gestione mal su tiempo, pero es justo lo que le permite ser más creativo. Y el esfuerzo por cambiar puede ser inútil e incluso puede perder su ventaja competitiva", indica la socia directora de la consultora.

En el mundo globalizado actual, el peso de las emociones en los negocios es notorio. Sin embargo, "las emociones en Europa son muy complicadas porque procedemos de muchas culturas y eso genera conflictos. Si queremos competir con empresas norteamericanas y asiáticas, tenemos que ser capaces de capitalizar nuestras emociones", indica Bethencourt.