

Según Julio Olalla Mayor, es necesario pensar con una nueva orientación.

MARTES 13 DE ABRIL DE 1999

Formar líderes, no de los que mandan, sino de los que son capaces de trabajar en equipo, es una de las metas de Julio Olalla Mayor, experto en aprendizaje, cambio personal y organizacional, y presidente de The Newfield Network, entidad con sedes en los Estados Unidos, Chile y la Argentina, dedicada a la enseñanza del coaching ontológico, una disciplina especialmente diseñada para encarar el cambio en la cultura de la organización.

Sobre la base de que *todo fenómeno social es un fenómeno lingüístico*, y entendiendo a las organizaciones como *redes conversacionales*, el cambio que propone el especialista implica revisar las competencias que todos ejercitamos en los ámbitos de la creatividad, el lenguaje, el plano emocional y el corporal, y adquirir herramientas para desarrollarlas *en un nivel superior*.

Chileno de nacimiento y abogado de profesión, Olalla Mayor se radicó hace 20 años en los Estados Unidos, donde se relacionó con compatriotas suyos, como el biólogo Humberto Maturana y con otros especialistas trasandinos en el campo del lenguaje y de la comunicación, como Rafael Echeverría y Rafael Flores.



Julio Olalla Mayor, especialista en coaching ontológico, propicia un cambio cultural en las empresas. Foto: Patricia Di Pietro

Con ellos organizó un proyecto de entrenamiento para personas y empresas que se basa en la idea de que no se puede producir seriamente una transformación de todo lo que puede ser mejorable, si no nos atrevemos a desafiar los presupuestos con los que entendemos el mundo.

Su idea es que todos tenemos un montón de sabiduría, pero aplastada por la inmediatez de lo que hacemos.

"Para mí, el gran tema de nuestro tiempo es aprender a aprender, o reaprender a aprender. Si puedo decir algo sobre mi trabajo, está ahí", resume Olalla Mayor, de paso por Buenos Aires, donde vino a dictar un seminario de dos días sobre *Poder personal y liderazgo de equipo*.

"Para inventar algo, tengo que dejar las certidumbres en las que estoy viviendo y atreverme a pensar en otras direcciones, a explorar otros territorios", afirma.

Esto es necesario, a su entender, porque si bien hoy en las empresas abunda el capital y la tecnología, lo que está faltando es la disposición de la gente para trabajar en equipo.

"Si yo propicio el cambio, debo ser parte del cambio que propicio", resume.

Permanente innovación

Olalla Mayor sostiene que lo que diferencia a una empresa de otra es la capacidad de aprender de su gente.

"Los éxitos de ayer hoy ya no funcionan en las organizaciones. Tenemos el desafío de generar entornos de trabajo que promuevan la permanente innovación y calidad en el servicio; necesitamos cambiar la lógica del *mero cumplimiento* por la cultura del compromiso, urge anticiparnos a las inquietudes de nuestros clientes y, como líderes, nos corresponde crear climas que combinen la productividad con la calidad de vida al interior de nuestros equipos de trabajo", afirma.

Todo esto es lo que trata de transmitir en sus cursos, en los que ya ha entrenado a más de 40.000 personas en los Estados Unidos y otros países del mundo, por medio de una técnica de nombre difícil y traducción -según él mismo reconoce- imposible: el coaching ontológico.

"Así como mediante el *teaching* (enseñanza) y *training* (entrenamiento), las empresas transitan por caminos ya recorridos, por loables que sean, el coaching no aspira a mejorar lo que ya se hace, sino a generar un rango más grande de opciones, para ver las cosas desde otro ángulo, con otra perspectiva", dice.

Dicho en otras palabras: el coaching apunta a transformar al observador que cada uno de nosotros es, para incorporar nuevas posibilidades de acción en nuestro horizonte. En este contexto, lo que el coaching trata de evitar es hacer *más de lo mismo* .

Olalla Mayor da el ejemplo de los norteamericanos, que en los años 70 se vieron invadidos por la tecnología japonesa de los autos Honda, que eran *chiquititos* .

Los norteamericanos tenían la tecnología y el capital para hacer autos chicos, pero no tenían la disposición mental, porque la tradición era hacer *más de lo mismo* .

"Les costó casi el colapso de la Chrysler y una seria crisis de otras dos grandes empresas automotrices para decidirse. Esto nos pasa a todos: nos quedamos atrapados en la forma que nos dio el éxito. Mientras antes lo descubramos, mejor", dice.

Para eso, propone revisar las competencias que todos ejercitamos en los ámbitos de la creatividad, el lenguaje, el plano emocional y el corporal, y adquirir herramientas para desarrollarlas en un nivel superior.

"El resultado es una mejoría significativa de las relaciones personales, familiares y laborales; un aumento en la habilidad de conducir en forma efectiva acciones de aprendizaje, el desarrollo de la capacidad de participar en la transformación de las culturas y de nuevas competencias para trabajar en equipo, y un descubrimiento del poder personal y de la capacidad emprendedora", promete.

Claro que el entrenamiento, para ser efectivo, debe incluir todos los niveles de la organización.

Las tendencias generales

Olalla Mayor habla de un cambio cultural, a partir de tendencias universales o *megatendencias*, que empiezan a manifestarse en muchas empresas.

- Preocupación por la identidad.
- Visión holística de la realidad y conciencia de la interconectividad del mundo en que vivimos.
- Tendencia a la creación de comunidades (étnicas, electrónicas, financieras) que no se contraponen, sino que se complementan, con la globalización.

"Son tendencias muy definidas, que alteran la interpretación tradicional del mundo y que, aunque muy incipientemente, empiezan a influir en la conducción de las organizaciones".

Como ejemplo, cita a un fuerte grupo financiero de Boston, que él asesora, que para hacer inversiones analiza también otros parámetros más allá de los relacionados con la rentabilidad, como por ejemplo que se trate de empresas ambientalmente responsables, que estimulen el aprendizaje de sus miembros o que estén comprometidas socialmente.

Carmen María Ramos

LA NACION | Empleos

Copyright 2016 SA LA NACION | Todos los derechos reservados