

# **Feng Shui en la empresa**

Consigue el éxito profesional

## **INTRODUCCION**

### **Cómo influye el espacio laboral en nuestro éxito profesional**

Hasta qué punto influye el entorno, el espacio en el que llevamos a cabo nuestra labor en nuestro éxito profesional. Esta fue la cuestión que el año pasado se plantearon en el famoso diario The Washington Post y decidieron contestarla a través de un experimento. Para ello, se les ocurrió invitar a un músico de reconocido prestigio a que cambiase los auditorios y teatros musicales por una estación de metro. Así, contaron con la participación de Joshua Bell, uno de los violinistas más reconocidos mundialmente, un niño prodigio de la música que empezó a tocar a los cuatro años y es ganador de varios premios, entre ellos podríamos destacar, por lo inusual en este tipo de músicos, un Grammy. El otro protagonista fue una estación céntrica del metro de Washington en hora punta.

Cuando Joshua Bell toca su violín en algún auditorio se cuelgan los carteles de "completo", se ha llegado a pagar más de 1.000 dólares por la entrada. Cada vez que acaba una pieza el silencio de los espectadores se rompe con grandes aplausos y al día siguiente su interpretación es comentada en la mayoría de los periódicos de la zona. Con estas premisas se supuso que la música del violín de Bell paralizaría a los usuarios de metro, que se quedarían atónitos escuchando a este nuevo portento de la música callejera.

Sin embargo, nada de esto sucedió. Joshua Bell se vistió a propósito para la ocasión, cambiando su habitual traje de chaqueta por ropa más deportiva, aunque acompañado de su viejo Stradivarius (cuyo valor estimado es de más de 3 millones de dólares). Puso todo su empeño en tocar piezas maestras durante 43 minutos, la reacción general fue de total indiferencia. De 1.070 personas que pasaron por delante de él, solo 27 personas le dieron dinero (un total de 32 dólares), siete se quedaron a escuchar y a observar más de un minuto. Nadie aplaudió, parece que este hecho es el que más ha llamado la atención al músico.

Podemos aludir a numerosas razones para explicar lo sucedido, que vamos con mucha prisa, que estamos sumidos en nuestro propio mundo y no somos conscientes de lo que sucede a nuestro alrededor... Pero reconozcámoslo, todos de alguna manera confiamos en el entorno, porque el entorno nos habla, entendemos que alguien que toca en un Auditorio famoso es obligatoriamente un buen músico y alguien que toca en el metro no lo es. De la misma manera que pensamos que un médico que trabaja en un hospital de prestigio ha de ser un buen profesional y el médico de un ambulatorio no tanto. O un abogado que tiene el despacho en una zona céntrica y de alto standing se le presupone un éxito en su profesión que a otro en una zona más corriente no se le presupondrán.

Es evidente que el entorno nos afecta y condiciona nuestro éxito profesional. Nos afecta tanto en la valoración que hacen de nosotros en el exterior como en la ejecución de nuestra labor. Joshua Bell comentó que cuando toca en un escenario cualquier mínimo ruido del público le molesta y afecta a su concentración. Este hecho es el que más le costó superar tocando en el metro en donde el ruido era incesante, hasta sonaban los móviles.

En nuestra labor cotidiana realizamos una gran cantidad de actividades de manera automática, de tal forma que no necesitamos pensar sobre ellas para ejecutarlas. Por ejemplo, aquellos que conducimos antes de arrancar el coche solemos ponerlo en punto muerto, arrancamos, quitamos el freno de mano y metemos la primera antes de acelerar... realizamos todos estos pasos sin necesidad de pensar en ellos, es más, podemos estar pensando en cualquier otra cosa mientras los realizamos.

Lo mismo nos sucede en cuanto al entorno que ocupamos en el trabajo, llegamos a nuestro puesto y ni siquiera reparamos en el orden o desorden de nuestra mesa, en los cuadros de las paredes, en las cajas que llevan más de un año en una esquina... Esto se debe a que estamos tan acostumbrados a verlo que ya no lo vemos, al menos de forma consciente. Sin embargo, aquellos que nos visitan, clientes, compañeros o jefes, no realizan una mirada automática, sino la mirada curiosa del que ve algo por primera vez.

Es interesante tener en cuenta que nuestro cerebro no cesa en la captación de detalles, algunos de forma consciente otros inconscientemente. Además, el cerebro no distingue entre lo que ve y lo que recuerda, por ello toda esta información procesada va al mismo saco (Pepe tiene la mesa desordenada = Pepe es desordenado = Pepe no es capaz de organizar = Pepe no es considerado un candidato para ascender a dirección). Sin embargo, nuestro cerebro reserva un lugar especial para aquellos recuerdos cargados de cierta dosis de emotividad, clave que gestionan muy bien los medios de comunicación y que a través de la práctica de Feng Shui podemos aprender a gestionar nosotros en nuestro entorno.

Necesitamos volver a ver nuestro espacio de trabajo como si fuera la primera vez que lo hacemos, con los ojos llenos de curiosidad para conocer como nos están viendo los demás que no es más que el reflejo de cómo estamos nosotros, de cómo nos sentimos, como trabajamos, cuales son nuestras capacidades y cuales son nuestras carencias. Para aprender a hacer el análisis en nuestro propio puesto propongo ensayar antes evaluando un puesto de trabajo ajeno, como en el ejemplo siguiente.

Desde que existe el servicio de banca por Internet mis visitas al banco son las justas e imprescindibles. Mi banco es uno de los grandes, para ellos el cliente es lo primero, al menos así lo dicen en su publicidad. Ayer estuve en la sucursal, el sistema de seguridad de la puerta estaba desconectado, lo cual me agradó en un principio, puede entrar con mi bolso lleno y todos los papeles que llevaba.

Saludo a la persona que me suele atender, me invita a sentarme, saco mis papeles y empezamos las gestiones que a través de Internet no están permitidas. La llaman por teléfono, mientras espero veo que detrás de ella y enfrente de mí hay un póster corporativo que dice "lo más importante eres tú". A mí me parece que es más importante para ella la persona que ha llamado por teléfono, entonces pienso que este póster debería estar colocado de forma que ella pudiera verlo, yo ya he leído y oído que soy importante para el banco, ¿me lo demostrarán algún día?

Sigue hablando, miro detrás de mí, quiero saber lo que ella ve desde su puesto, la entrada. ¡Oh, no! Esto me recuerda que hace un par de semanas atracaron en esta sucursal y hoy estaba desconectada la puerta de seguridad... Sigo esperando miro a mi izquierda y me

entero que mis vecinos llevan dos meses sin pagar un crédito, hace tiempo que no sé nada de ellos, espero que no tengan problemas... Por fin, cuelga el teléfono y podemos seguir trabajando. Enseguida noto una sombra por encima de mí, un cliente mirando mis papeles la hace una pregunta, me siento totalmente invadida, no me había planteado hacer publicidad de mis finanzas (seguro que mis vecinos tampoco). Conseguimos acabar las gestiones y la planteo una duda importante, al menos para mí. Me dice que lo tiene que consultar y en un par de días me llamará, se lo apunta en un papelito de los miles que nadan por su mesa. En ese momento hubiera sido capaz de apostar todo mi saldo a que no me llamará, en semejante caos de mesa es imposible encontrar nada (así ha sido, el papelito se ahogó en su mesa).

### **Sobre la decoración en entornos laborales,**

Este es un ejemplo cotidiano del poco valor que damos al entorno físico en las empresas actuales, creemos que invirtiendo en publicidad y seguramente en comunicar nuestra estrategia a los empleados está todo resuelto y, sin embargo, algo falla. Hay estudios que revelan que más del 50% de las empresas presentan grandes deficiencias en la comunicación de la estrategia y menos del 10% de las estrategias bien formuladas y comunicadas son ejecutadas de manera efectiva (1). No me cabe duda que la empleada del banco sabe que el cliente es lo primero, en mi opinión se trata de otra cuestión, la organización física y la distribución de su puesto de trabajo no la permite llevarlo a la práctica.

**“El 90% de los gerentes opina que sus empleados podrían realizar un 21% más de trabajo si su oficina estuviera mejor distribuida y decorada” (3)**

Actualmente, sabemos que el entorno físico en el que trabajamos afecta a nuestra efectividad, que un buen diseño del entorno laboral equivale a una mayor productividad en el trabajo (2). Por ello, es importante conocer como a través de la distribución y la decoración podemos favorecer el ambiente laboral y la eficiencia en el trabajo.

Existen numerosos estudios de como afecta el cambio tecnológico y social al lugar de trabajo, que nos pueden ayudar a determinar como debe ser nuestro entorno laboral dependiendo de la actividad que realicemos. De esta manera, más que el mero hecho de decorar un espacio podemos conseguir que este forme parte de nuestro negocio actuando como facilitador de nuestra actividad y como comunicador de nuestra estrategia o de los atributos del negocio que queramos potenciar. En este sentido hay cuatro aspectos principales a tener en cuenta:

- **Proporcionar a la plantilla un estímulo visual continuo,** decorando los espacios con personalidad propia para que narren la historia de la empresa y del producto que ésta ofrece, dando vida a los valores de la estrategia del negocio y del producto se elabora en su interior
- **Adaptarnos a los imprevistos de nuestro mercado,** para ello necesitamos espacios que se caractericen por su flexibilidad, que puedan adaptarse a cualquier imprevisto proporcionando un espacio de trabajo ideal para la mano de obra flexible
- **Facilitar espacios para la formación continua y el fomento de proyectos ínter disciplinares,** cuando ambas actividades sean necesarias en el desarrollo habitual del trabajo
- **Apoyar y facilitar la creación del espíritu de equipo** de la empresa creando espacios socializadores, capaces de aglutinar

a los trabajadores en una comunidad que persigue los mismos intereses y objetivos

Estos cuatro aspectos no son excluyentes, en la mayoría de los negocios necesitamos aglutinarlos y además valorar otras características de organización espacial interna que tendremos que definir en nuestro propio espacio:

- Congregar a los trabajadores por afinidades o no
- Distribuir el espacio en zonas abiertas o cerradas
- Favorecer las reuniones o no
- Dando especial importancia a los lugares de recepción de clientes

Además, hemos de tener en cuenta que con los avances tecnológicos el escenario laboral se ha ampliado desde la calle hasta la sala de espera de un aeropuerto, la sala de negocios de un hotel o incluso una cafetería.

Todas las cuestiones hasta ahora planteadas en términos de diseño y distribución de los espacios dependen de la estrategia de la empresa en la que trabajamos, pero hay muchas otras que podemos solucionar nosotros en nuestro propio puesto de trabajo. Sabemos que "una imagen vale más que mil palabras", por ello cuidamos nuestra imagen personal, pero cuando estamos en nuestro puesto nuestra imagen se extiende formando un todo, el traje, la corbata, la mesa, la silla, el desorden... Entendemos que al trabajo hemos de ir peinados y con los zapatos limpios, pero no entendemos que la mesa debe estar ordenada y limpia.

### **El espacio como instrumento de comunicación,**

Una de las cuestiones que más valoramos cuando nos hablan es la coherencia entre el mensaje, las palabras y la acción, es decir, la

veracidad del mensaje. Cuantas veces observamos como alguien nos cuenta algo en un sentido y su cara, su gesto, nos dice lo contrario. Esto mismo sucede con el espacio físico en el que nos presentamos, apoya o contradice nuestro mensaje.

Hace unos días veía en televisión una entrevista que le hacían a un directivo, mientras él hablaba del cuidado y el cariño que su empresa ponía en los detalles como elemento diferenciador frente al resto de empresas de su sector, la cámara mostró una panorámica de su despacho destartalado que inmediatamente desacreditó su mensaje. Si este directivo no ha sido capaz de tener en cuenta los detalles en su despacho, ni siquiera para el rodaje de una entrevista en televisión, no sé me ocurre ninguna razón por la cual he de pensar que mimará la elaboración de su producto o servicio. Quizá esta sea una de las razones por las que en el 70% de los fracasos directivos, el problema real no sea la mala gestión estratégica, sino la mala ejecución de la misma (4).

A lo largo de las páginas de este libro, vamos a ir analizando paso a paso cómo el entorno nos influye en nuestra actividad profesional y, lo más importante, como hacer que nos influya positivamente. Para ello, iremos descubriendo las propuestas de la técnica de Feng Shui, representante máxima y aglutinadora de estas cuestiones desde el punto de vista oriental basado en la observación. Asimismo, iremos sometiendo las propuestas de Feng Shui al juicio occidental, para comprobar como nuestras ciencias basadas en la experimentación avalan muchas de las cuestiones propuestas por esta técnica milenaria china. El objetivo será proponer soluciones prácticas para que podamos aplicar fácilmente, no solo como empresa sino personalmente, en nuestro puesto de trabajo.

Dado que nuestros objetivos pueden variar en cualquier momento y en cualquier sentido y puesto que cada uno de nosotros tenemos unos objetivos propios y personales, no hablaremos de soluciones generales. El reto que me planteo a través de este libro es ayudar al lector a crear su propia solución práctica, válida para él, en un momento dado y que pueda ir adaptando al cambio de las circunstancias.

(1) Revista Fortune, Diciembre 1997

(2) Porque el diseño de la oficina es importante, Thomas H. Davenport, Harvard Business School

(3) Productivity and office design, informe de Gensler para la American Management Association

(4) Why CEOs fail, Fortune verano 99