

La analogía de la Matryoshka

Seleccionar adecuadamente al personal que vamos a contratar puede ser determinante para establecer el futuro de la empresa, asegura Patricia Cánepa, consultora senior de DBM Perú.

David Ogilvy, el gurú publicitario, utilizaba la analogía de la muñeca rusa apilable, que responde al nombre de la matryoshka, para graficar un concepto clave.

Decía que quien contrata gente “más grande” que sí mismo, convertía a su empresa en una empresa de “gigantes”, mientras que quien hacía lo contrario, la convertía en una empresa de “ena-

nos”. Si usted aplica esta noción a su empresa o área y evalúa el tipo de personal que ha contratado, ¿cuál sería su veredicto?

A medida que se rodea de los mejores, sus resultados serán mejores y adquirirá un halo de éxito, beneficiando su marketing personal; de lo contrario, reducirá sus probabilidades de sobresalir o le tomará más tiempo hacerlo.

Si esto es pura lógica, ¿por qué es tan difícil ser un “gigante”? Lo que sucede es que, a veces, nuestros egos son asombrosos y no nos permiten que contratemos a los mejores.

En otros casos, los contratamos, pero no los dejamos trabajar. Muchas otras veces, no sabemos seleccionar bien al personal o sacar lo mejor de cada uno.

Consejos a seguir

Enseguida, le damos algunos consejos para ayudarlo:

- 1** Seleccione por competencias. Base sus decisiones de selección en las competencias y actitud que necesita para cumplir los objetivos. Solicite un entrenamiento en selección por competencias.
- 2** Ponga su ego de lado. Usted debe conseguir resultados en entornos altamente competitivos; podrá ser muy buen-

no, pero necesitará a los mejores para sobresalir.

- 3** Aprenda a trabajar en equipo. Los mejores necesitan dirección, mucho espacio y reconocimiento personalizado continuo. Su tarea es crear sinergias entre ellos. Un coaching de equipo de primer nivel (que no es lo mismo que irse a un retiro de trabajo en equipo o un fin de semana), podrá hacer mucho por usted y su equipo.