

La trampa del éxito

Inés Temple
Administradora *



Todos conocemos a muchos que alguna vez fueron exitosos, pero que una vez cumplidas sus metas iniciales se 'quedaron' y hasta hoy celebran las glorias de sus éxitos pasados. A ellos, el futuro ya no les ofrece nada, justamente porque ellos mismos le cerraron las puertas cuando les iba bien. ¡Cayeron en su propia trampa del éxito!

¿Qué es la trampa del éxito? Es la arrogancia de quienes creen

que como ya 'llegaron', no tienen más que aprender, mejorar o cambiar. Sienten que son dueños de la verdad, que a nadie deben escuchar porque tienen en la mano la llave que abre todas las puertas. No replantean sus paradigmas: dejan de ser humildes, de crecer, de aprender, de contestar llamadas, de cuidar de sus redes de confianza, de capacitarse, de aceptar ideas nuevas y de ampliar sus perspectivas. Se les sube el éxito a la cabeza y se vuelven soberbios.

Estas personas olvidan que las carreras, al igual que las marcas y las empresas, pasan por ciclos y

el éxito así visto se vuelve un corto momento de él.

En los inicios del ciclo, al establecer la visión y los principios guías, las metas se ven tan lejanas que muchas veces nos cuesta creer que cumpliremos nuestros objetivos. Luego, en el lanzamiento, empieza la lucha y todo lo que se hace por el crecimiento, el desarrollo y el logro de las metas parece insuficiente. Son épocas de total dedicación, de "sacarse la mugre" trabajando, de apostar todo.

Luego, si todo estuvo bien planteado, se puso suficiente esfuerzo y la suerte acompaña,

llega la fase de crecimiento y desarrollo, de ver el proyecto, la empresa o la carrera establecida. Las metas se cumplen: llega el éxito acompañado por esa sensación de que nada podrá pararnos, ¡tenemos por fin la fórmula del éxito en la mano!

En el paradigma anterior, cuando la fase de gran crecimiento pasaba, y empezaba la fase de consolidación, había que salir a reorganizarse, hacer reingeniería, reactivar la marca o tratar de reinventar la carrera para no caer en el declive que sigue a la madurez.

Así eran comprendidos los ciclos, pero hoy eso cambió. La velocidad de la competencia no espera a que se puedan ver los primeros signos de declive para lanzar nuevas versiones de su empresa,

de sus marcas o de sí mismos.

Hoy el mejor (casi el único) momento de reinventarse es cuando se tiene éxito y se está en la cresta de la ola. Es el momento de replantearse los temas de fondo y tomar una nueva curva de crecimiento y desarrollo. Luego es demasiado tarde: la competencia no espera.

Pero hacerlo no es fácil. El momento del éxito es también la parte del ciclo en que muchos pierden el paso y caen en su trampa de arrogancia: se sienten invencibles y superiores. Otros caen en la complacencia y la comodidad del éxito, pues imaginan que será duradero porque así se lo merecen.

Los verdaderamente exitosos reconocen al éxito como la fase del ciclo que los obliga a

reinventarse continuamente con humildad para crecer más rápido y llegar más lejos. Saben también que el éxito sin integridad es absolutamente pasajero, y eso los obliga a avanzar con consecuencia y coherencia, y dejan a su paso un legado de ejemplo y responsabilidad social que permite a su equipo también crecer y desarrollarse.

El éxito sin una actitud de continuo aprendizaje, basado en valores y respeto por los demás, no es verdadero éxito: es solo un corto momento del ciclo, bueno solo para el propio ego. ¡Estemos atentos para no caer en la arrogancia del éxito!

* Presidenta de DMB Perú y DBM Chile