

## El Tao de Warren Buffet



**A FONDO**  
**Eduardo Sicilia Cavanillas**

Recientemente releí el *Tao de Warren Buffet*, libro que recoge los aforismos más importantes que han rodeado la exitosa vida del inversor, filántropo, asesor, y gurú, Warren Buffet.

Y me detenía en uno de mis favoritos, que reza así: "Imagine que posee un coche que ha de durarle toda la vida. Naturalmente que lo cuidaría bien, le cambiaría el aceite antes de lo necesario, conduciría con cuidado, etc. Y ahora piense que sólo va a tener una mente y un cuerpo. Prepárelos para la vida. Preocúpese de ellos. Nuestro principal activo como personas somos nosotros mismos, así que hay que cuidarse y optimizarse".

"Podemos cuidar de nuestra mente procurándole una buena "educación" con el fin de optimizar esa capacidad infinita de ganar dinero o puede dilapidar sus activos y malgastar todo el potencial. La elección es suya".

Creo que la reflexión, interpretándola ampliamente, es muy oportuna. Dejo al lector si el fin es maximizar nuestra capacidad de generar ingresos o simplemente nuestra tendencia natural a ser mejor en lo que hacemos, sin más, que ya es recompensa suficiente.

Estamos viviendo cambios exponenciales, en un mundo de cambio acelerado donde el cambio será lo único permanente. Observamos que el conocimiento técnico tiene cada vez una caducidad mucho más temprana. Por poner un ejemplo, los conocimientos técnicos de una persona que empieza una carrera técnica, quedan obsoletos en un 50% al acabar su tercer año. Esto nos da una idea de esta veloz transformación y la necesidad de ir por delante de la misma.

### Tarea compleja

Esta tarea más que nunca se nos antoja compleja. Las oportunidades en este entorno serán para los que se arriesguen, para los profesionales que tengan alma de emprendedores, y para los que transformen "imaginación y formación en *cash flow*".

En este sentido, el *TAO de Warren Buffet* apunta en la dirección correcta. Tenemos una sola mente, que debemos cultivar, formar, y alimentar. Y en tiempos de absoluto cambio en cuanto a reglas de mercado, funcionamiento de los consumidores, nuevos mercados, y por último una crisis económica mundial sin precedentes en sus comportamientos y consecuencias, por mucho que los economistas nos empeñemos en explicarlo de mil maneras, es necesario "entrenar" nuestro pensamiento y nuestro talento para adaptarlo a las nuevas cir-

cunstancias. Son los tiempos difíciles los que nos tienen que obligar a prepararnos mejor para el futuro, a prepararnos para escenarios que hoy no podemos imaginar, para tener más valor, más creatividad, para pensar lo impensable, y para que lo impensable se convierta en realidad.

### Entrenamiento

Por eso, hoy el papel que juegan y la responsabilidad que asumen las Escuelas de Negocio se hace especialmente significativo. No sólo asumen un importante protagonismo en la formación de profesionales, especialmente en sus Executives MBA, donde profesionales con experiencia realizan un alto en su carrera para cargar nuevamente su mochila de talento, de experiencia, de conocimiento, de tiempo compartido, de contactos, sino que se responsabilizan de estar a la vanguardia en ese "entrenamiento del pensamiento" que citábamos antes.

Por primera vez estamos viendo en las aulas de las Escuelas de Negocios, participantes en proceso de cambio de trabajo, desempleo, cierre de empresas, etc. Profesionales que utilizan sus indemnizaciones para formarse, para dar un salto cualitativo y así encontrarse nuevamente en el sistema. Profesionales que quieren aumentar su empleabilidad, que quieren adquirir nuevas habilidades que les hagan más

fuertes frente a esta y futuras crisis, individuos que buscan diferenciarse, no quedarse atrás.

Hasta la fecha, éramos muy conscientes de que las habilidades y el talento eran un pasaporte global y que además generaba una brecha entre las ganancias medias entre personas con diferente formación, que en los últimos veinte años ha pasado del 28% al 43%.

Además, las Escuelas de Negocio Internacionales publican los incrementos salariales notables tras el paso de sus alumnos por sus aulas: Columbia Business School USA, 232% en los tres años siguientes a la finalización de sus MBA; MBAs de la London Business School lo valora en el 189%; y Oxford University, en un 145%. Pero hoy, si cabe, el objetivo que buscan los participantes de los Executive MBA no siempre es la mayor remuneración, sino la mayor capacidad de encontrar trabajo, y la preparación para un futuro en constante cambio.

Las Escuelas de Negocio asumen en estas circunstancias un rol adicional en la sociedad. Deben gestionar con inteligencia y responsabilidad la confianza de un participante que utiliza su producto como un puerto seguro ante la crisis, como la inversión más segura, y la que producirá unos intereses más elevados.

Según el reciente estudio Executive Quiz del Institute Korn Ferry dirigido a 1.000 ejecutivos sin empleo de unos 85 países, el 43% afirma ha-

ber considerado pasar por un plan de formación mientras amaina la crisis actual. La mayor parte, un 23% de ellos, consideraban un MBA.

Por último, el marco actual también obliga a las Escuelas de Negocio a adaptarse a la actual situación. Si algo debe hoy caracterizar un MBA para profesionales con experiencia que confían en las escuelas de negocio para avanzar en su desarrollo profesional y personal, es su adaptación a la realidad. Deben incorporar nuevos elementos, tanto metodológicos como de contenidos.

Desde el punto de vista de la metodología, parece oportuno ser eminentemente prácticos en estas circunstancias. Dejar el papel del conocimiento más para la Universidad y especializarse en la práctica. Sería bueno que las Escuelas de Negocio enseñaran a los profesionales a ser algo más emprendedores, característica esencial para impulsar la economía en estos momentos.

### Cultura emprendedora

Las grandes organizaciones necesitan incorporar este nuevo talento, el del emprendedor. Es muy difícil en instituciones gigantes generar el microclima de un "garaje", la cultura de esos emprendedores que apuestan y arriesgan por su idea, la desarrollan y crean un nuevo modelo de negocio. Se debería cultivar esta habilidad y se debería incorporar al mercado. "Enseñemos a crear".

Y desde el punto de vista de los contenidos, habrá que adaptarse igualmente, aprender de las lecciones que esta situación económica nos ha dejado, pero que al mismo tiempo nos ha demostrado los importantes avances que se han desarrollado en numerosas industrias desde el punto de vista de su modelo, su producto y su tecnología. Aquí poco a poco la innovación debería ser un "proceso" a enseñar en nuestras aulas, motor de indudable valor económico para las empresas que han triunfado sobre el ejercicio de la diferenciación en los últimos años.

A las Escuelas de negocio nos toca finalmente recoger el testigo que nos cede la sociedad, y preparar y acompañar al directivo en nuevos valores y habilidades, innovando también en nuestras formas de hacer, y enseñando en definitiva ese nuevo "management" del que esta crisis nos ha enseñado algunas lecciones, y los más avanzados lo aventuran en llamar el nuevo "management de la humanidad".

En definitiva nuevos líderes que pregunten más y ordenen menos, que escuchen más, que vivan más entre los clientes, que se anticipen más, que gestionen mejor el tiempo, con visión holística de las cosas, y que gestionen bien las emociones, y por lo tanto las actitudes y el rendimiento de las personas que componen una organización.

Director Executive MBA  
EOI Escuela de Organización Industrial

