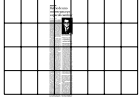
	Tirada: 44.720 Difusión: 24.863 (O.J.D) Audiencia: 87.020	Sección: Economía Espacio (Cm_2): 343 Ocupación (%): 36% Valor (Ptas.): 476.247 Valor (Euros): 2.862,30	
	Nacional Economía Diaria	17/05/2005	

GESTIÓN

Reírse de uno mismo para ser capaz de cambiar

SARA BRITO *Madrid*

Se considera más un contador de historias que un psicólogo. Visto lo visto no lo hace mal como demuestran los 17 millones de ejemplares vendidos en todo el mundo de su best seller *Quién se ha llevado mi queso* desde que se publicara por primera vez en 1998. Una parábola sobre la capacidad de adaptarse a los cambios, que el autor, Spencer Johnson, cree no hubiera alcanzado tal resonancia diez años atrás. "La coyuntura laboral y de mercado actual está caracterizada por los cambios, por eso mi libro ha tenido tanto éxito".

Accesible y sencillo, este manual que arrasa desde China a Estados Unidos pasando por España es una fábula sobre cómo sacar el máximo provecho de una situación de cambio con cuatro personajes: dos que se arriesgan, otro que tras vacilar decide cambiar y otro temeroso de perder lo que ya no tiene. Una parábola que ha sido aplicada por individuos y corporaciones.

Este sexagenario estuvo la semana pasada en Madrid impartiendo una conferencia sobre gestión del cambio en la recién cerrada edición de Expomanagement. Era la primera vez que visitaba España y la primera vez en cinco años que trabajaba de conferenciante para hacer pensar a los empresarios españoles que "su queso no es su queso", que hay que adaptarse para conseguir nuevas porciones. No hay garantía de continuidad, sólo la capacidad de "disfrutar y ganar con las transformaciones".

Johnson se plantea "cómo los individuos pueden ayudar a sus organizaciones a sacar el máximo provecho del cambio". La respuesta tiene mucho de máxima de autoayuda: "Retirse de uno mismo y disfrutar del cambio". "Una vez que uno aprende a no tomarse tan en serio, es capaz de cambiar, de adaptarse para encontrar un nuevo queso". Un nuevo espacio en el mercado o una nueva forma de mirar a la vida.

Spencer Johnson ha contribuido a la divulgación mastodóntica de la literatura empresarial, en especial, en cuestiones que tengan que ver con el desarrollo personal en la marcha de la empresa. "Se sigue invirtiendo mucho más en mantener los edificios que en el cuidado de las personas". Aunque ha habido un giro, considera que no se ha hecho más que empezar. "Si una organización es



Spencer Johnson, autor de *Quién se ha llevado mi queso*.

Maneras de rentabilizar un best-seller

Quién se ha llevado mi queso no es sólo un libro, también es una empresa.

Visto el éxito de la publicación, Johnson creó una sociedad hace cinco años para comercializar la retahíla de productos derivados de su best seller. Desde juegos para abordar los procesos de cambio en las empresas a camisetitas o set de libros que regalar a los empleados. Desde su portal se ofrecen servicios de consultoría para enfocar las transformaciones en un mercado en continuo cambio. NASA o Microsoft son algunas de las grandes organizaciones que han pedido consejo a Johnson para gestionar la innovación, "a través de la imaginación". La semana pasada, cuando el doctor Johnson recaló en Madrid también lo hizo un alto ejecutivo de su empresa para aconsejar a la fabricante de aluminio Alcoa.

capaz de sacar lo mejor de su gente tendrá éxito. El reto está en mantener a los mejores, en hacerles creer que no hay otro lugar donde puedan trabajar y desarrollarse", asegura.

Para ello, el buen líder debe ser "el responsable de hacer que las cosas cambien y no de mantenerlas". Por eso es conveniente cierta dosis de miedo para no caer en una complaciente comodidad. "Las empresas en mayor peligro son aquellas que han tenido un éxito prolongado porque piensan que no han de asumir cambios", advierte. Y considera que en los negocios "hay muchos que cambian sólo por cambiar" y no cree que eso sea adecuado.