

El **crecimiento** es una especie de **santo grial** del éxito empresarial; de hecho, implícita o explícitamente, es habitual conectar la idea de éxito con el aumento de tamaño, el aumento de actividad y mayor complejidad. Sin embargo, con arreglo a mi experiencia, el crecimiento apareja una serie de inconvenientes y riesgos que bien pueden resultar fatales a las empresas en sus fases de expansión más acelerada. Algunas **expresiones reales** que pueden ser sintomáticas de esta situación son:

“No tenemos tiempo para pensar, la gente más experimentada sólo nos podemos ocupar del día a día y de atender a los clientes ...”

“Tenemos las ideas claras, pero no somos capaces de plasmarlas en un plan que luego podamos seguir y controlar...”

“No sé si comprar para crecer o vender para capitalizar el éxito ya obtenido ...”

“Somos el doble que hace tres años y preveo que la mitad que dentro de otros tres, pero seguimos con la misma estructura organizativa”

“Esto ya no es como en los viejos tiempos (hace tres años) que todos nos llevábamos bien y nos entendíamos a la primera”

En estas situaciones es en las que la continuidad del proyecto empresarial puede exigir **Ayuda para Pensar**. Dicen que estrategia es identidad y propósito, inspiración y transpiración, pensar y ejecutar, pero no es tan fácil encontrar directivos y empresarios que una vez superado el impulso iniciático del proyecto empresarial tengan la habilidad de darse cuenta que el siguiente paso, el siguiente **salto cualitativo** puede exigir un proceso sistemático de análisis, reflexión, identificación de opciones, evaluación y articulación de una “hoja de ruta”.

Las dificultades para abordar estas situaciones en muchas ocasiones vienen de la tan manida expresión es que no tengo tiempo o no puedo pararme a pensar. En realidad no se trata de parar a pensar. Como lo refleja muy certeramente en su libro “Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva” este argumento es tan absurdo como el del leñador que, antes un bosque ingente de árboles, afirma no tener tiempo para afilar el hacha. Por otro lado, también se suelen activar bloqueos mentales como la tan errónea idea de que el directivo y/o empresario que necesite ayuda para pensar (de su gente o de externos) es que no es un “buen líder”, es que no tienen las ideas claras.

Todos estos mecanismos y algunos más (p.e. el síndrome de la soledad del líder, el espejismo del éxito..) se confabulan de forma sistémica para hacer que el crecimiento de hoy, normalmente percibido como signo de éxito, pueda ser la principal causa del fracaso de mañana. Ojo al dato