

# Nuevo Management

Reconceptualización empresarial, innovación y cambio personal

## La meditación y la empresa

La práctica de la meditación como forma de obtener mejores resultados empresariales y personales se ha hecho eco en los países americanos, pero a la vez puede ser una forma evitativa de responsabilidad para no hacer frente a los problemas.

Una de las prácticas que más se están extendiendo y popularizándose en diversos ámbitos sociales es la meditación, inspirada en la tradición budista. Las personas que la practican habitualmente les confieren cualidades beneficiosas para su salud, por la mejora en la reducción de estrés, para mejorar la concentración mental. También, además, para otros como método de interconexión espiritual y fundamento para irradiar intenciones amorosas y pensamientos positivos a los demás en forma de compasión, o como mejora de la empatía.

En los años 60, se realizaron diversos estudios científicos respecto al empleo de esta técnica y demostraron que su uso proporcionaba una mejora de la concentración y de la memoria visual a corto plazo, aunque durante un periodo de tiempo limitado. Herbert Benson, profesor de medicina de la Universidad de Harvard (EEUU) concluyó que su práctica contrarrestaba los mecanismos cerebrales asociados al estrés. Otros estudios demuestran una correlación entre dicha práctica y cambios a nivel neuronal que intervienen en un incremento de actividad en el lóbulo frontal izquierdo del cerebro, que es donde residen las emociones positivas, al tiempo que se reduce la actividad de la región derecha. Hay diversas técnicas de meditación, no todas ofrecen los mismos resultados. No obstante, no se han realizado todavía ensayos clínicos que demuestren objetivamente cómo interviene cualquier forma de meditación, por sí misma, en la mejora de diversas patologías, aunque como se asocia a la reducción de estrés que si incide de forma directa en la mejora de la salud, se considera que su práctica es ventajosa para la misma.

En países americanos la meditación "mindfulness" es una especie de fenómeno que está de moda entre las masas: se utiliza en escuelas, en el ejército, prisiones, consultores y empresas, por millones de americanos habiéndose generado toda una industria comercial en torno a ello, así como una amplia literatura sobre el tema: terapia mindfulness, comer en forma mindfulness,

liderazgo mindfulness, política mindfulness, padres mindfulness, el cerebro mindfulness, etc.

Para algunos, indicar que estos métodos parten de antiguas tradiciones budistas les sirve de promoción a la vez que les da un cierto caché por ser técnicas de meditación muy utilizadas y testadas, sin embargo, otros más orientados al mundo empresarial proponen programas mindfulness desligados de creencias budistas para conseguir un producto con mayor aceptación en el mercado.

Ha sido tal la extensión de esta moda que se le está atribuyendo a la meditación cualidades que no tiene. Se prometen resultados magnificados algunos y otros inciertos. Su difusión está considerando a la meditación como la panacea con la que obtener beneficios con la mera práctica de la misma. Por ejemplo, si bien es cierto que puede producir mejoras en el nivel de estrés, o en la atención, hay que tener en cuenta que eso sucederá siempre y cuando otros aspectos que influyen directamente en el estrés y la atención se estén dando. Aspectos que influyen son: pensamientos, acciones, comunicaciones, hábitos de vida sanos, evitación de conductas de vida poco saludables, cómo nos ganamos la vida, en qué ambientes nos movemos y cómo pueden afectarnos, etc.

La preocupación, extendida en el mundo empresarial, sobre cómo conseguir reducir la cantidad de estrés que afecta a tantos empleados, les lleva a utilizar también estas prácticas mindfulness con la esperanza de alcanzar objetivos o aumentar la productividad.

Entendamos que todo lo que se haga en beneficio de las personas influye en la mejora de los resultados siempre y cuando a la par nos centremos en la resolución de los problemas. La evitación del problema no es la solución del problema, sino todo lo contrario. Algunas empresas pueden caer en la conveniente excusa de que hacen lo posible por conseguir buenos resultados al proporcionar a sus empleados el acceso a programas de coaching o, como muchas empresas americanas, a programas de moda como el mindfulness, perdiendo de vista su responsabilidad y poniéndola sobre los hombros de sus empleados.

Por ejemplo, si mi pie sangra porque me he clavado una astilla, puede que me alivie masajear la zona para calmar el dolor y me sienta mejor con ello, pero si no saco la astilla y detengo el sangrado, el masaje por sí mismo no va a solucionar el problema. La astilla es el problema en ese momento, detener el sangrado después y evitar la infección también lo es.

Muchas personas, en una búsqueda de su mejora personal, practican éstas y otras técnicas de relajación, también sienten la necesidad del disfrute para paliar esfuerzos, pero consideremos que detrás de todo ello puede haber una forma de

evitación de la responsabilidad que conlleva hacerse cargo de una forma activa de la solución de los diversos problemas y retos que les atañen.

A veces depositamos demasiadas expectativas o expectativas incorrectas en la función que tienen diversos métodos y enfoques nuevos por nuestro ánimo de mejora continua, debido a una comercialización y marketing incorrectos que buscan más el efecto mágico y el impacto masivo del producto que las verdaderas ventajas que éste aporta y esto cala en las creencias de las personas produciéndoles sesgos que aumentan sus expectativas. La meditación es beneficiosa, pero no milagrosa.

Seguramente, si el mindfulness tiene tanta aceptación en los países americanos pronto llegará a nuestro país. Cuando esto suceda, sería conveniente que tengamos buenas referencias sobre ello, veamos qué ventajas y qué posibles inconvenientes tiene para aplicarlo correctamente. Para quienes estén interesados, les recomiendo el artículo: "Beyond McMindfulness" de Ron Purser and David Loy publicado en The Huffington Post U.S., 2013.

La autorresponsabilidad es un valor del **Nuevo Management**, la meditación puede ser valiosa para quienes gusten de esta práctica con la finalidad de encontrar un estado emocional positivo y/o más relajado para pensar, pensar para decidir, decidir para actuar.



@NuevoManagement



nm@nuevomanagement.com