



La música como estrategia: lo que todo directivo debería escuchar

Por Patricia León

Editora general de revista Perspectiva

Hace poco, un amigo directivo de una importante empresa me contó algo que me hizo pensar. Se había hecho sus chequeos médicos anuales y, para su tranquilidad, todo estaba en orden: presión, colesterol, corazón, peso... todo bien. Solo una observación llamó la atención del médico: su nivel de concentración estaba por debajo del promedio. “Te recomiendo que empieces a escuchar música todos los días”, le dijo el doctor. Mi amigo se rio, pensó que era una broma, pero el médico fue claro: escuchar música —no como ruido de fondo, sino como experiencia consciente— puede ayudar a mejorar el enfoque, la memoria y la estabilidad emocional. Desde entonces, ese consejo que dieron a mi amigo no me ha dejado de rondar la cabeza.

Y es que, aunque en el mundo de los negocios solemos asociar el alto rendimiento con técnicas complejas, herramientas digitales o entrenamientos de productividad, la música sigue siendo una de las formas más directas y eficaces de activar el cerebro, regular el estrés y mejorar el desempeño. A menudo la subestimamos por su aparente sencillez, pero su impacto es profundo y bien documentado. Los

neurocientíficos lo han dicho con claridad: la música estimula múltiples áreas del cerebro simultáneamente, fortaleciendo conexiones que tienen que ver con la atención, la creatividad, la memoria de trabajo e incluso la capacidad de tomar decisiones.

Además, para quienes ejercen roles de alta responsabilidad, la música puede funcionar como un ancla emocional. Tomar decisiones importantes bajo presión, coordinar equipos diversos y navegar cambios constantes son actividades que, con frecuencia, generan desgaste mental. Aquí, la música aparece como una herramienta de autorregulación: ayuda a reenfocar la mente, calma la ansiedad y permite hacer pausas activas que restablecen el equilibrio interno. No se trata de desconectarse, sino de reconectarse mejor.

Por otro lado, la música también alimenta algo que muchos líderes pierden sin darse cuenta: la inspiración. Escuchar una pieza que nos conmueve o nos activa puede abrir espacios para nuevas ideas, desbloquear intuiciones y cambiar el estado emocional desde el cual abordamos un problema. Hay decisiones estratégicas que no se toman con más datos, sino con otra perspectiva. Y la música, en su lenguaje no

verbal, puede ser una guía silenciosa hacia esos otros ángulos que no siempre vemos en medio del ruido de los correos, los reportes y las reuniones.

En este punto, vale la pena mencionar que no hay un solo tipo de música ideal. Algunos encuentran concentración en el jazz instrumental, otros en la música clásica, otros más en sonidos electrónicos suaves, e incluso hay quienes recurren al rock o al folklore. Lo importante es la intencionalidad: escuchar con atención, con cierto respeto, permitiendo que la música haga su trabajo en segundo plano o en primer plano, según el momento.

Además, este hábito puede también tener un efecto contagioso en el entorno laboral. Algunos directivos han empezado a compartir *playlists* con sus equipos, o a usar música para abrir o cerrar reuniones importantes. No es una fórmula mágica, pero sí una forma simple y poderosa de humanizar el ambiente de trabajo, de dar espacio a lo emocional sin perder la orientación a resultados.

En definitiva, escuchar música no es una distracción, es una estrategia. Una que no requiere grandes inversiones ni largos entrenamientos, solo una decisión consciente de introducir algo tan básico —y a la vez tan profundo— en el día a día. Como le pasó a mi amigo, a veces lo que necesitamos no es más esfuerzo, sino más armonía. Y la música, bien escuchada, puede darnos exactamente eso.

A veces lo que
el liderazgo
necesita no es
más esfuerzo,
sino más armonía.
Y la música,
bien escuchada,
puede darnos
exactamente eso.



LA AUTORA

Patricia León González es máster en Dirección de Empresas por el IDE Business School y licenciada en Sistemas de Información por la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Su trayectoria profesional se ha desarrollado en el sector bancario y educativo. Es directora de Desarrollo Institucional del IDE Business School y editora general de Revista Perspectiva.