



knowsquare .

MARÍA JOSÉ GÓMEZ YUBERO

21 DE FEBRERO DE 2014

LA EMPRESA QUE QUERÍA SALVARSE Y NO SABÍA CÓMO

RESEÑA DEL LIBRO DE CÉSAR PIQUERAS

FINALISTA EN LOS PREMIOS KNOW SQUARE

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square S.L.

A través de un relato novelado, César Piqueras recrea en este libro de Actualia Editorial la experiencia de tres socios de una empresa en apuros que irán descubriendo, en un entorno inesperado y a través de conversaciones con personajes insólitos, los nuevos paradigmas o claves del éxito empresarial. Pero antes de todo deberán entender la necesidad de desafiar los paradigmas antiguos, lo que no significa desdeñarlos o dejarlos de lado, sino integrarlos como parte del nuevo conocimiento.

Conscientes de que los nuevos paradigmas no son verdades inmutables, sino nuevos marcos de referencia para las empresas que quieran estar presentes en la nueva economía, los protagonistas aprenderán, por contraposición, que la cooperación es más rentable que la competición. Que aprender del proceso permite alcanzar un resultado sostenible. Que aceptar y adaptarse al cambio es más realista que anclarse en la estabilidad. Que solo en la aceptación, y no en la confrontación, somos capaces de seguir creciendo. Que la toma de decisiones es un proceso más emocional que racional o lógico. Que una empresa que sirve a la sociedad encontrará en el camino los beneficios materiales que le permitirán continuar haciéndolo. Que la motivación de los colaboradores se consigue mediante la invocación más que con la imposición. Que el todo es más que la suma de las partes.

No vamos a desvelar en esta reseña los detalles de la historia, que dejamos para deleite del lector, pero sí aportamos las ocho claves que les guiarán para seguir adelante en un entorno mucho más complejo y dinámico, en el que las viejas reglas ya no son suficientes, y habrán de adoptar nuevos hábitos y actitudes.

Cooperación vs competición. Este paradigma habla de crecer y evolucionar con los demás, no en su contra. Hasta ahora las empresas han estado inmersas en una lucha constante, no solo entre ellas, sino entre áreas de la misma empresa, entre compañeros, incluso con sus clientes. Este enfoque les hace perder energía y ángulo de visión. Anclados en la idea de ganar o perder, ha llegado el momento de adoptar un nuevo prisma bajo el cual lo importantes es saber que “hay para todos” y que el mundo no es tan polar como se creía, ya no es ganar o perder, bueno o malo. Adoptar el paradigma de la cooperación implica no tener que dividir, sino sumar, multiplicar esfuerzos para lograr un fin común.

La búsqueda de fórmulas de colaboración con otras empresas, empleados, proveedores, intentar fidelizar a los clientes mediante fórmulas de beneficio mutuo y crear un clima laboral en el que todos sientan que reman en la misma dirección, son los retos de la mayor parte de las empresas hoy. Si en la anterior economía se admiraba al tiburón, en la nueva economía el ejemplo a seguir es el de la hormiga, que trabaja en equipo, con constancia, sencillez y humildad, para el bien común.

Proceso vs resultados. La mayoría de las empresas están centradas únicamente en el resultado, olvidando algo tan valioso como el proceso. Cuando una empresa se centra un poco más en el proceso, se centra en el aprendizaje, en la perfección de métodos y formas de hacer, en la excelencia en el trato al cliente, en definitiva, en la mejora continua.

No se trata tanto de dejar de pensar en el resultado como de centrarse más en el proceso. La visión solo a largo plazo es tan perjudicial como la visión a corto plazo. Es como un barco, que necesita un destino al que llegar, pero deberá hacer infinidad de pequeñas maniobras y correcciones a cada momento para alcanzarlo. El reto es estar en el proceso, aprender de él mientras miramos al destino. De esta forma siempre sabremos qué pasos hemos dado para llegar allí.

Cambio vs estabilidad. Es habitual etiquetar el cambio como negativo. Sin embargo, saber aceptar el cambio y, lo que es más importante, adaptarse a las nuevas circunstancias, es importante en estos momentos en que una nueva economía, con nuevos valores y nuevas reglas, empieza a emerger. En la situación actual en la que la mayoría de empresas y profesionales todavía confían en que la tempestad escampe y todo vuelva a ser como antes, es preciso lograr que el cambio sea algo habitual, normal, que forme parte del día a día. Estar abierto al cambio es estarlo al aprendizaje.

Las personas capaces de pilotar un proceso de cambio han de ser conscientes de las dificultades que entraña y capaces de comprender y gestionar en sus empresas, sus equipos, compañeros y ellos mismos, las emociones, miedos y barreras que surgirán en el camino.

Aceptación vs juicio. En contra de la creencia de que aceptar y comprender es dar la razón, en realidad significa recibir sin oponer resistencia. El miedo a dejarse influir hace que nos cerremos a toda posibilidad de comprensión del otro, reprimiendo cualquier sentimiento de empatía. El ego se siente amenazado y se pone a la defensiva.

Las empresas necesitan hoy, para evolucionar y adaptarse al cambio, una gran flexibilidad y capacidad de aceptar, de abrazar la incertidumbre. Mediante la curiosidad mostramos nuestro lado más sencillo y humilde. No hay que cerrarse ante cualquier opinión o nueva idea. El mundo es conocimiento y hay que mantener siempre nuestras puertas abiertas.

La aceptación conlleva cuatro sencillos pasos: escuchar, ponerse en el lugar del otro, ser curioso y dar las gracias.

Emoción vs razón. En la antigua economía las decisiones eran puramente lógicas y racionales. En la nueva economía las decisiones deberán estar basadas en la integración de todas las dimensiones del Ser. Cada empresa es la suma de los esfuerzos e interacciones de muchas personas que, además de pensar, sienten y, sobre todo, ansían buscar un sentido existencial a todo lo que hacen.

Frente al paradigma del razonamiento, hasta hoy vigente, el paradigma del Ser nos muestra que emociones más razón forman un todo. Bajo este paradigma, las decisiones se toman integrando los cuatro planos del Ser: la mente, el plano lógico y racional; el cuerpo, a través del cual se manifiestan sensaciones que, si aprendemos a utilizar, nos darán mucha información; la emoción, los sentimientos y estados de ánimo; y el plano de la trascendencia o espiritual, por el que cada persona busca su sentido en la vida.

Servicio vs beneficio material. Frente a las empresas cuyo fin único es ganar dinero, aquellas que se crean para servir a la sociedad saben que en el camino encontrarán los recursos y beneficios suficientes para llevar a cabo su misión.

Cuando la finalidad es solo ganar dinero, los empleados se convierten en personas altamente competitivas, los clientes desconfían y los empresarios pierden el rumbo.

Las empresas que adoptan el paradigma del servicio, consiguen implicación y compromiso en sus empleados y aportan valor tanto a empleados, como a sus proveedores y clientes. Su éxito se medirá por la aportación de valor a la sociedad y por el tiempo que consiga sobrevivir aportando ese valor.

Invocación vs imposición. Conseguir la motivación de nuestros colaboradores mediante la invocación es liderar con el ejemplo. Es la forma de liderar en la nueva economía.

Los líderes por imposición, los que consideran a las personas una extensión de ellos mismos, tarde o temprano pierden su credibilidad y la motivación de sus colaboradores.

El paradigma de la invocación se basa en la integridad del propio líder. Si no se es capaz de actuar conforme a aquello que se predica, la integridad se ve quebrantada y nadie te sigue.

Visión sistémica vs visión enfocada. Aunque una visión enfocada resulte necesaria en ocasiones, el paradigma sistémico se basa en la consideración global del sistema y en el aprovechamiento de la sinergia de todo el conjunto. Su eficacia requiere el reconocimiento de cada una de las partes del sistema, que cada persona ocupe el puesto correcto y un equilibrio entre lo que da y lo que recibe. La labor del líder es conseguir que la voz del sistema sea única y lo más saludable posible.

Finalmente, fruto de sus conversaciones, los personajes de la historia descubrirán el noveno paradigma que engloba y explica los ocho anteriores, el paradigma del Amor. Si los viejos paradigmas eran expresión del miedo, de la ausencia de amor, los nuevos paradigmas son la manifestación de éste, bajo cuyo prisma lo más importante son las personas.

ACTUALIA
EDITORIAL

La empresa que quería salvarse y no sabía cómo

César Piqueras

(Una deliciosa historia que te enseñará
una nueva manera de hacer y de ser en la empresa)



Portada del libro

