



knowsquare .

PREPARADO POR: JAVIER PARDO

28 DE NOVIEMBRE DE 2009

Que no te obsesione la crisis,  
mira a tu competidor

---

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor

Un cuento que escuché hace tiempo me sirve de parábola para reflexionar sobre la parálisis que provoca el miedo a que la crisis nos acabe alcanzando (a aquellos afortunados a los que ha pasado de largo de momento, se entiende). Y como soy aragonés, me gusta ponerle lugar en el Pirineo de Huesca.

El caso es que estaban dos leñadores en plena Selva de Oza afanándose en su tarea, cuando de repente les atacó un oso. Al verlo, huyeron despavoridos, pero cuando no llevaban más que dos minutos corriendo, uno de ellos se volvió al otro y le dijo: “Me temo que es inútil que huyamos, porque por muy rápido que lo hagamos, el oso acabará alcanzándonos”. El otro, le replicó: “¿Y quién te ha dicho que yo tenga que ser más rápido que el oso? Me basta con correr más que tú”.

Jim Collins menciona en su libro *“Empresas que Sobresalen”* (Ed. Gestión 2000), los atributos de las compañías empeñadas en destacar ante cualquier circunstancia, por encima de la mediocridad y generando beneficios sostenidos en el tiempo. Estos impulsores, tremendamente básicos y comunes a todas ellas, se construyen sobre tres principios: identifica en qué eres mejor que tus competidores, qué impacta de forma contundente en tu cuenta de resultados, y qué genera pasión entre tus equipos.

La crisis es demasiado grande para tenerla como enemiga. Es preferible buscar adversarios con quien podamos medirnos. Y para ello, qué mejor plan que hacer palanca sobre las fortalezas que nos generan confianza. A nosotros y a quienes nos rodean, con los que tendremos que hacer pandilla para salir de esta con ingenio: accionistas, proveedores, clientes, fuentes de financiación... y por supuesto, nuestra gente.

Y para ello, como buenos depredadores, no dejemos de mirar por el rabillo del ojo lo que hace el vecino.