



knowsquare .

CONSEJO EDITORIAL

ENCUENTRO “TENDENCIAS 2015”

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

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

Adjuntamos notas resumen del Encuentro Tendencias 2015 organizado por Know Square y celebrado en el CI del BBVA el pasado 20 de enero de 2015. El objetivo de esta sesión era descubrir si la temática de los 10 libros finalistas a los [Premios Know Square 2014](#) están en la línea con las actuales tendencias económicas, sociales, personales o se trata simplemente de productos que pueden tener mayor o menor éxito comercial, sin más implicaciones en la sociedad en el medio plazo.

La vocación de los Premios Know Square es descubrir los mejores libros de empresa publicados en España en el último año, libros de todo tipo (ensayos, libros técnicos, materias de economía, libros de autoayuda, etc.) que puedan ayudar a mejorar la toma de decisiones de todas aquellas personas que forman parte de la empresa. El [Jurado de los Premios Know Square](#) recomienda que estos 10 finalistas sean el mínimo que todo directivo y profesional pueda leer a lo largo de un año; evidentemente no están todos los que son, pero sí que asegura que los lectores de éstos no perderán tiempo con su lectura.

El Encuentro se organizó en un formato de conversación abierta, sin protagonistas, tratando de abordar las siguientes **cuestiones**: ¿Y si los 10 libros finalistas de los Premios Know Square nos dieran las claves de lo que va a pasar en España?; ¿Hacia dónde se encamina la literatura empresarial?; ¿Qué literatura empresarial se busca en España?

Al acto asistieron miembros del Jurado, editores (Ediciones Península y Deusto) y autores de los libros finalistas como Jesús Alcoba, *La brújula de Shackleton*; Pedro Bermejo, *Neuroeconomía*; Javier Carril, *El hombre que se atrevió a soñar*.

Desarrollo y conclusiones del Encuentro

- **Los directivos españoles leen poco.** Si lo hicieran más, mejorarían su proceso de toma de decisiones. Sería recomendable leer, al menos, un libro al mes.
- **¿Qué lectura demanda el lector actual?** Habría dos **tendencias** principales:
 - El lector, por una parte, se quiere ver reflejado en los libros los **actuales, e identificar cambios** sociales como puedan ser la relación entre la energía y el mundo islámico (*La madre de todas las batallas*), un libro de contexto y tendencias globales (*La sociedad de coste marginal cero*), la preocupación por la actual situación del Estado de Derecho (*¿Hay derecho?*), el futuro de nuestro país (*El dilema de España*) y la corrupción (*La tormenta perfecta*).
 - Pero también detectamos una tendencia creciente sobre el potencial de las **habilidades** que aún están por explotar: motivación, autoestima, gestión personal, toma de decisiones... Cuatro de los libros finalistas reflejan esta temática: *La brújula de Shackleton*, *El Hombre que se atrevió a soñar*, *Neuroeconomía* y *Decídete*.
 - El grupo de 10 lo completa el libro *La verdadera historia de Twitter*.

- En el coloquio se recogieron numerosas aportaciones y opiniones, algunas de las cuales incorporamos a continuación:
 - En general, la visión que nos dan los medios de comunicación es sesgada. Sin embargo, al profundizar a través de la lectura y la investigación, en los libros descubrimos dónde estamos y hacia dónde vamos.
 - Los autores de libros norteamericanos investigan más que los españoles; están dispuestos a experimentar y publican sus propias investigaciones. El gap entre investigación y publicación es menor allí; las bibliografías son mucho más potentes en los libros anglosajones, en general, que en los que se publican en España.
 - Por una parte se opina que las nuevas generaciones leen menos y peor. Por otra, están los que creen que no sea tanto un tema de edad, sino de hábitos. En cualquier caso, el cerebro se está acostumbrando a leer *online*, lo que hace que se desarrolle un tipo de lectura muy distinta al papel.
 - Precisamente, esta lectura en papel exige una concentración mayor que la *online*. Esta situación supone un problema para el sector editorial que ha de buscar nuevos recursos y formatos para atraer a la lectura y a nuevos lectores.
 - En general, parece que hay que huir de internet cuando queremos profundizar y encontrar conocimiento verdadero. Se observa cierta incapacidad de entender el contexto. Sólo investigando y trabajando a fondo somos capaces de entender de verdad el contexto.
 - Hay participantes que comentan que no buscan en las tiendas los libros de empresa, sino que analizan conversaciones con personas que respetan, y si de esos diálogos surge la recomendación de un libro, acuden a comprarlo.
 - La prescripción es esencial (ver reciente caso del fundador de una conocida red social), recomendando precisamente el libro *El fin del Poder*, finalista de los Premios Know Square... del año 2013!
 - La sinceridad del autor es la clave. La literatura es el arte de la palabra, no necesariamente escrita, y es muy fácil detectar en ella la sinceridad del escritor. Lo que interesa al lector es la experiencia que se comparte.
 - Atención al concepto de simplificación: la ciencia cada vez es más compleja, cada vez es más difícil hacer una contribución a los lectores... ¿Estamos dirigiéndonos a una época de simplificación? ¿Ha desaparecido o estamos perdiendo la clase media de lectores?

- Leemos para ayudarnos a pensar. ¿Es complicado leer *Pensar rápido, pensar despacio*, de Daniel Kahneman? No, lo que requiere es tiempo para pensar cada frase. A la hora de elegir un libro, hay que distinguir entre formación, conocimiento y conocer lo que importa.
- Es verdad que hay una minoría que lee y una mayoría cortoplacista; sin embargo, ésta no es plenamente consciente de que es aquella la que sienta las bases de la ciencia. Se escribe lo que el lector demanda, y hoy estamos ante profundos cambios en el orden de la sociedad occidental.
- Leemos para obtener respuestas: hay lectores que saben lo que no saben, y al encontrar autores de contexto, como el caso de Naim, encuentran respuestas y recomiendan el libro. (Probablemente el fundador de Facebook no sabía lo que era el “poder” cuando leyó el libro)...
- Cada día nos piden ser más creativos: *learning agility* es una tendencia.

Consejo Editorial
21.01.15