



knowsquare .

ÁNGEL MANUEL ARIAS

05 DE MARZO DE 2012

ILUSIONAR EN TIEMPOS DIFÍCILES  
HISTORIAS DE SUPERVIVENCIA,  
ENTRE TIGRES Y GACELAS

---

SEGUNDA HISTORIA DE CUATRO

knowsquare .

Privado y Confidencial

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

## Introducción

Sería injusto no dedicar también algún espacio en estos Comentarios a otras historias de éxito, por lo que pido paciencia a quienes se preguntan en qué consistió exactamente la Jornada.

Hay deducciones en torno a la actual existencia del majestuoso tigre de Bengala que, más que como animal a admirar -con respeto hacia su utilización por el Dr. Alonso Puig como elemento central de su fábula de encantamiento-, lo presentarían como una de las especie en peligro de extinción, y por tanto, digna de compasión.

## Resumen

El mayor enemigo de los tigres no es, por supuesto, la gacela -que, dicho sea de paso, goza de buena salud genética-, sino el hombre. Este último depredador, preocupado recientemente por la pérdida de un animal tan bello y que le había proporcionado invaluables momentos de poder, curaciones y hasta placer sexual, promocionó el "Proyecto Tigre" (equivalente en el ámbito felino a "Madrid Excelente"), y ha conseguido que el *Panthera tigris tigris* cuente en la actualidad con más de 1.500 ejemplares, varios de ellos, en zoos.

## **José Ramón García González y Enrique Dans**

Los conferenciantes que no actuaban en el IV Congreso como ponentes magistrales, recurrieron también, en algún caso, a poner ejemplos de otros animales. El mundo animal es extraordinariamente efectivo para trasladar mensajes directos, porque hemos asociado a casi todos nuestros menos racionales compañeros de viaje alguna virtud o defecto y los utilizamos de forma paradigmática.

El más aplaudido, con distancia, fue José Ramón García González, presidente ejecutivo de Blusens. Lo fue al final -es un tipo muy simpático, con un discurso tecno-paternalista, similar al que le hemos escuchado otras veces- y, curiosamente, también se le aplaudió cuando criticó sin piedad el negocio que realizan otros empresarios: los banqueros.

*"Lo que necesita este país es financiación y no tiene fácil solución, mientras los Bancos obtengan dinero que pagamos entre todos al 1% y nos lo presten a los empresarios al 3%".* Un negocio redondo, desde luego. Y aún lo matizó mejor: *"Lo que ganan los Bancos nos vendría bien para crecer. Porque, además, esa mora no la hemos creado quienes estamos pagando puntualmente nuestros créditos"*. Blusens ha crecido el 40% en 2011, pero *"hemos renunciado al 50% de las ventas por falta de financiación"* -espetó García González.

Otra de las intervenciones de éxito de la Jornada -y tuvo muchos momentos estelares- la protagonizó el biólogo (esa es su formación universitaria) Enrique Dans, ejemplo de construirse a sí mismo un nombre gracias a las urdimbres digitales y, por supuesto, al trabajo personal (*"I work because I love this shit"*, parafraseó, aclarando, incluso, lo que haría si el día tuviera 25 horas: *"trabajar una hora más"*).

No existe otro ejemplo en España de utilización del blog como herramienta de creación de valor para el propio currículum (*"Tu currículum está en la red"*; *"El blog es la herramienta perfecta para tu marca personal"*). Dans ofreció, con su ínclito desparpajo, ciertas claves para posicionarse alto en el mundo de lo

virtual, que es -la frase me pertenece, como deducirá el lector- el espacio etéreo hacia el que camina, con paso tan firme como probablemente insensato, la humanidad.

Y esta pseudoconclusión no nace porque no crea en las posibilidades del blog (yo, como Dans, escribo a diario desde hace años), sino porque tengo dudas de que, a pesar de la teórica difusión que se pueda conseguir de él o con él -reflejada en las estadísticas a las que este reconocido crítico de la propiedad intelectual ("*está pensada para proteger, no a los que crean, sino a los que comercian con los productos creados*")- sino que hay que dedicar atención consistente a las soluciones a lo que nos pasa han de encontrarse en lo que se pueda comer.

La necesidad de comer puede provocar que el comportamiento sociológico de los humanos sea, cada vez más semejante al de los rebaños de ñus en el Serengueti, eternos emigrantes en búsqueda de pastos, atravesando, porque no tienen más remedio, tierras infestadas de leones y otros carnívoros, a los que sirven de alimento.

Lo curioso es que, según los naturalistas, ese comportamiento aparentemente fanático y estúpido, que les lleva a cruzar incluso ríos donde les esperan cocodrilos hambrientos, no es tal: lo importante para la manada de ñus, con millones de ejemplares, es el grupo. El éxito está en la salvación de la inmensa mayoría, que no depende del riesgo de los depredadores, sino de la existencia de pastos.

Así que, desde una perspectiva igualmente pragmática, los ñus también pueden servirnos de ejemplo y, además, tienen la ventaja psicológica de que, como su carne no es tan apetitosa para el hombre, no están en extinción.

## Luis Huete

Dentro de la sección "*Profesionales con marca propia*" del IV Congreso Internacional de Excelencia, al que vengo dedicando ya varios Comentarios en este blog, intervino Luis Huete, profesor del IESE, que nos ofreció una especie de decálogo -no sé si para triunfar en la vida o para llegar a ser docente en un Instituto de Empresa. ("*El máster que hice en el IESE fue un antes y un después*", expresó el conferenciante, de forma incuestionablemente publicitaria).

Los diez mandamientos de Huete, expuestos de forma esquemática, son:

1. Combinar ganas (80%) e inteligencia (20%)
2. Cuidar la alimentación y la salud
3. No estar preocupado por los recursos propios
4. Elegir un buen mentor
5. Saber sintetizar
6. Dedicarse a actividades que se retroalimenten
7. No ser arrogante "*la arrogancia y la ignorancia hacen mal cóctel*"
8. Reinventarse cada 7 años
9. Trabajar el subconsciente, ...por ejemplo, con asistencia anual a seminarios
10. Practicar la estrategia *pull* y no la *push*.

Estos diez mandamientos podrían resumirse en uno solo: "*be the solution*", y su fórmula filosófica la aplica Huete a dos colectivos concretos; los empresarios deberían pensar más en temas sociales, y las *ongs* deberían preocuparse de ser más empresariales. Campo Vidal, en su papel de extraer titulares

después de cada intervención, añadió un tercer componente al cóctel maléfico: "*arrogancia, ignorancia y vagancia*" *conducen al desastre*".

Era evidente en aquellos momentos de la mañana del 8 de febrero de 2012 que, de existir culpa de una situación complicada, el *prügelknabe*<sup>2</sup> iba a estar entre el auditorio.

## **Nota**

<sup>2</sup>*Prügelknabe* es la expresión alemana para designar al cabeza de turco, es decir, al buco emisario, al niño recogetortas de las escuelas.

© Ángel Manuel Arias  
© Know Square S.L.