

# tradesport

SPORTS & LIFESTYLE COMMUNITY

N.176



Sports Unlimited Valencia  
celebra su segunda edición

Gliss: el skate sigue  
ganando terreno

# Desdramatizando la gestión empresarial

*En Zig Zag. Estrategias creativas para el éxito en el trabajo y en la vida, Enrique de Mora, insiste, como ya hiciera con el exitoso Funny Pop, en la importancia de desdramatizar muchos aspectos del mundo empresarial y afrontar el trabajo con algo más de sentido del humor. Un humor al que él recurre para explicarnos ocho divertidas historias que invitan al lector a reflexionar sobre la vida de la empresa... y la empresa de la vida*



No siempre el mejor camino es el directo. Muchas veces hemos de atravesar por caminos sinuosos para llegar a nuestro destino y en estos ocho relatos que componen este libro se transita sinuosamente por caminos poco explorados del management, buscando siempre la capacidad de ver las cosas de otra forma a través de historias adultas entretenidas y explicativas a la vez.

Enrique de Mora (Barcelona, 1962) es Licenciado en Ciencias Biológicas por la Universidad de Barcelona y PDD por IESE. Es consultor, conferenciante y escritor. Pertenece al Top Ten Business Consulting Spain. Es autor del éxito de ventas "Funny-Pop" (Urano, 2008) y co-autor de "En clave de talento" (LID, 2008). Actualmente, dirige la consultora estratégica FUNNY-POP Consulting. Ha asesorado, en proyectos de consultoría estratégica y formación directiva, a grandes empresas, nacionales y multinacionales, de diversos sectores. Es un apasionado del comportamiento directivo y organizacional, y, por extensión, del comportamiento humano... y su condición de biólogo le permite definirse como un "estudioso de la vida".

En el libro, cuya lectura nos ayudará, seguro, a entender mejor la vida de la empresa, de Mora insiste en que hay que estar atentos a las vueltas que da la vida y saber aprovechar los cambios y oportunidades que se nos brindan. Ser capaces de conocer nuestro entorno y poder prever, así, lo que puede suceder en un futuro, es fundamental para mejorar la trayectoria profesional y, también la personal. Al fin y al cabo, el mundo laboral, y las empresas, no dejan de ser un reflejo de la vida.

A través de ocho relatos independientes, el autor invita a reflexionar sobre la convivencia de generaciones y otros aspectos de la vida

laboral. No se trata, en ningún caso, de un libro de fábulas, sino de ficciones que con mayor o menor ironía nos hacen ver el mundo de la gestión empresarial desde otra óptica, a la vez que nos entretiene con su calidad literaria. Para explicar todo esto, de Mora vuelve a recurrir a la ironía y al humor, construyendo historias muy fáciles de leer y, sobre todo, muy fáciles de comprender. Historias que invitan a una reflexión profunda sobre la visión

**Una herramienta de gestión innovadora y relativamente sencilla de aplicar, como un uso adecuado del silencio y la reflexión, puede aportar indudables beneficios, tanto a las organizaciones como a las personas**

que el lector tiene de la empresa y de la vida en general. Los relatos llevan al lector desde Madrid a África, pasando por Barcelona o la Alambra, en un viaje diseñado estratégicamente para que el lector aprenda algo sobre él y sobre su relación con las personas que convive.

Con gran ironía y un inteligente sentido del humor, cada capítulo del libro recrea diferentes situaciones con las que el lector se podrá sentir perfectamente identificado y podrá extraer importantes lecciones de la gestión empresarial desde un punto de vista inédito hasta ahora. Para ello, los ocho relatos que componen el libro zigzaguean entre la cultura, el trabajo y la vida con diversos ingredientes: por un lado, recurre a distintas fuentes culturales –literatura, arquitectura, gastronomía, cine...- y por otra, sabe mezclar a la perfección la realidad y la ficción, el drama y la comedia, la sonrisa y la reflexión, construyendo un retrato de la realidad empresarial en la que salen a flote temas tan importantes –y cotidianos- como la orientación al cliente, la co-

municación, la gestión del silencio, la negociación, el benchmarking personal, la pasión por el cliente, la planificación de carrera, las estrategias directivas o la compatibilidad entre trabajo y vida.

Las conclusiones con las que cierra cada capítulo, a modo de moraleja, invitan a la reflexión y dan pistas de cómo afrontar el futuro de nuestras empresas. Frases como "El cliente es el centro del universo y cualquier em-

presa que se precie debe conocerlo, entenderlo, mimarlo y satisfacerlo", "La paciencia y la perseverancia son armas clave en cualquier proceso de negociación" o "Una herramienta de gestión innovadora y relativamente sencilla de aplicar, como un uso adecuado del silencio y la reflexión, puede aportar indudables beneficios, tanto a las organizaciones como a las personas", se convierten en un señuelo que invita a la reflexión y, también, a la auto-crítica, con conclusiones claras, sencillas y, sobre todo útiles y muy fáciles de aplicar.

En definitiva, igual que hiciera en *Funny Pop*, aunque quizás con un toque de sarcasmo más pronunciado, de Mora vuelve a defender, en sus historias, la necesidad de reírse más, de disfrutar y de desdramatizar todo lo que nos ocurre. De Mora cree firmemente que las cosas nos irían mejor en la vida, laboral y personal, si fuéramos capaces de no ver problemas donde no los hay y si, de vez en cuando, aprendiéramos a reírnos. Él, en Zig Zag, lo ha hecho. Y, además, ha conseguido que el lector también lo haga.