

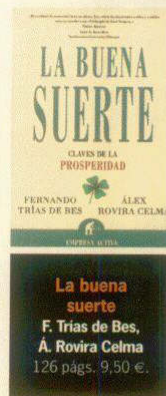
La suerte sin suerte

Parábola del buen capitalista

“La buena suerte” (Empresa Activa) se ha convertido en un fenómeno, con la venta de derechos a 38 países antes de la salida del libro. Un cuento sensible con moraleja que confirma la definitiva defunción del ejecutivo agresivo y el encumbramiento de otro nuevo, más cercano a la suavidad budista que a la arrogancia occidental. **texto SABINA LUNA**

LA BUENA SUERTE es un libro de poco más de cien páginas que explica una historia muy sencilla: dos hombres que fueron amigos en la infancia se encuentran al final de sus vidas. Al que venía de familia acomodada, que heredó el negocio familiar, le ha ido mal hasta el punto de quebrar. En cambio, al otro, que venía de extracción muy humilde, le ha ido muy bien y ha llegado a ser propietario de varias fábricas. Y cuando el que perdió su negocio le dice al otro que ha tenido suerte, este le contesta que la suerte hay que buscarla, y le explica la historia del caballero Sid y del caballero Nott. Ambos parten a una misión casi imposible: encontrar un trébol de cuatro hojas de propiedades extraordinarias que florecerá durante unas horas en un inmenso bosque. Sid y Nott afrontan la búsqueda con un talante diferente: mientras Nott se lamenta de su suerte cada vez que recibe una información negativa sobre sus posibilidades, Sid trata de reflexionar acerca de cómo puede hacer que los impedimentos que le van planteando se inviertan. Mientras Nott se abandona a su mala fortuna, Sid elige crear su propia suerte cambiando las circunstancias. La moraleja final es clara: aparte de esa suerte con mayúsculas que supone un premio en la lotería o un fallo inesperado de salud que está fuera de nuestro control y que tiene una incidencia muy puntual en nuestras vidas, la suerte cotidiana, de la que solemos quejarnos tan a menudo, depende en gran medida de nosotros. Si nos sentamos a lamentarnos no solucionaremos nada, pero si tratamos de evaluar los errores o las circunstancias que nos han llevado a eso y trabajamos por cambiarlas, seguramente nuestra suerte va a cambiar.

Alguien puede decir que lo que cuentan y cómo lo hacen es muy simple, pero que a algunas personas les funciona es un hecho que no admite duda. Como mínimo les ha funcionado a dos, a los autores del libro, que de ser unos desconocidos profesores de una escuela de negocios han pasado a ganar una millonada y hacerse famosos. Porque Trias de Bes y Rovira Celma no solo han vendido miles de ejemplares, sino que se han convertido en cotizados conferenciantes en el mundo de los negocios. La prestigiosa feria ExpoManagement, que siempre tiene entre sus invitados estrella a los grandes gurús de negocios internacionales, contará en esta edición con ellos dos como invitados estrella.

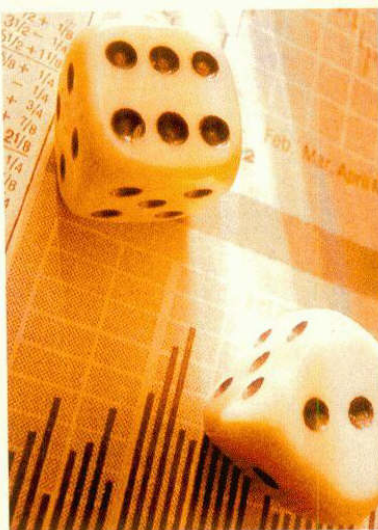




Con la suerte en los talones

¿Y quién está detrás de este éxito aparentemente inesperado? Empresa Activa es el sello, pero el grupo que está detrás es, una vez más, Urano, que cuenta con una distribución excelente, con implantación en Sudamérica, y tiene un aura de editorial en estado de gracia tras sus últimos éxitos. Y es que últimamente Urano tiene la suerte de cara. ¿O, como dirían Tías de Bes y Rovira, es que se han trabajado bien su propia suerte? Porque han roto todos los esquemas de la publicación de *El código Da Vinci* (700.000 libros) y vendieron medio millón de ejemplares de *¿Quién se ha llevado mi queso?*

¿Quién se ha llevado mi queso? ya utilizaba el formato de cuento o parábola. No es algo casual, sino que justamente la forma tiene mucho que ver con el fondo, con el cambio de talante de los ejecutivos, que ahora creen más en la negocia-



Nuevos libros para una nueva onda

Las obras que hacían furor entre los *yuppies* de los años 80 y 90, basados en estrategias militares o en títulos tales como *Ganar dinero a cualquier precio*, pasaron a la historia.

Ahora los libros se dirigen a ejecutivos con sentido y sensibilidad, y se ha invertido la brújula del negocio editorial del mundo de los negocios: los textos dicen que lo importante no es el dinero, sino los valores, y que si haces bien las cosas el dinero llegará solo, aunque no es lo primordial. La paradoja es que algunos de sus autores se han convertido en millonarios. Es el caso del best seller *El monje que vendió su Ferrari* (Plaza & Janés) de Robin Sharma. Cuenta la historia de un abogado en la cresta de la ola que decide dejarlo todo y hacerse monje budista. A partir de ahí todos los enigmas que nunca pudo resolver se van aclarando como una película foto-

38 países han comprado ya los derechos de un libro que afirma que la buena suerte está al alcance de cualquiera.

ción que en la imposición. Desde que Daniel Goleman y su libro *Inteligencia emocional* (Kairós) dejaran sentado que lo importante no es ser muy agresivo ni tener grandes conocimientos sino ser capaz de ver, escuchar, comprender, extraer conclusiones y trabajar en equipo, las cosas han cambiado mucho. Los ejecutivos, en vez de ir al gimnasio a quemar adrenalina con ejercicios de pesas (ellos) o furibundas sesiones de aerobic (ellas), ahora hacen taichi. En este contexto, la filosofía oriental se ha filtrado sutilmente en el mundo de los libros de *management*: lo que antes se explicaba con exhaustivas tablas estadísticas o arduas teorías, ahora -como en el caso de *La buena suerte*- se hace a través de las parábolas, que es algo muy oriental. En *El sendero del Tao* (Kairós), lo subraya el propio Osho (ve-

nerado gurú de la filosofía oriental de enorme sabiduría y también, todo hay que decirlo, cierta afición a coleccionar Rolls-Royces): "En Occidente, a excepción de las parábolas de Jesús, no existe nada similar a las de Lieh Tzu, Chuang Tzu, el Buda... e incluso las parábolas de Jesús son de una cualidad tal que sin duda debió traerlas de Oriente. Están las parábolas de Esopo, pero son también reflexiones del libro de parábolas más importante de Oriente, el Panchatantra. La parábola es una invención oriental y de enorme importancia". Por eso uno de los grandes autores actuales de libros de empresa es el especialista en budismo Oriol Pujol, que pasa la mitad del año impartiendo seminarios en EADA y ESADE y la otra mitad en la India, en el Human Growth Institute de Bombay.

gráfica en una cubeta de revelado. Naturalmente, lleva ya varias secuelas de la serie: *Claves del liderazgo del monje que vendió su Ferrari* o *Lecciones sobre la vida del monje que vendió su Ferrari*. Sharma es, dentro del universo de los negocios, uno de los conferenciantes más buscados -y mejor pagados- de Estados Unidos. Hasta se ha rapado el pelo al estilo de un monje *shao-lin* e incluso debe haber heredado de ellos algo de la habilidad para convertir la filosofía en negocio. En su curriculum figura, como profesión, *Professional Speaker*, expresión intraducible que en sentido estricto sería algo así como "hablador profesional", pero que suena un poco como a charlatán de feria. Su última joya es *El santo, el surfista y el ejecutivo: un relato admirable acerca de cómo hacer realidad los deseos de tu corazón* (Urano). ■

NEGOCIOS Y MEDITACIÓN PARA EJECUTIVOS ZEN

¿QUÉ HACE BUDA EN MI EMPRESA?

Oriol Pujol, Franc Ponti



Granica, 92 págs. 8 €

Granica es en España referente de los libros de *management* y pionera en la brecha de lo que llaman crecimiento personal. En este libro Ponti entrevista de manera distendida a Oriol Pujol, que contesta con criterios budistas a las cuestiones que se les plantean a las personas que se mueven en el ámbito de la empresa occidental. Un libro nada efectista pero son sustancia.

MEDITANDO EL MANAGEMENT

Ventura Ruperti, Jordi Nadal

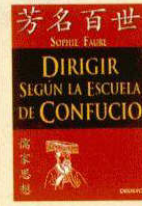


Gestión 2000, 130 págs. 12,85 €

Un libro salpicado de citas de celebridades (la mayoría muy bien escogidas: Confucio, Unamuno, Saint-Exupéry) que funciona como una obra para ejecutivos y también como un texto de autoayuda para cualquier persona: comprender antes de emprender, la integración en un equipo... valores todos positivos transmitidos de manera coloquial.

DIRIGIR SEGÚN LA ESCUELA DE CONFUCIO

Sophie Faure



Deusto, 350 págs. 27,95 €

Un libro en la línea de Deusto: riguroso y exhaustivo, incluso un poco en exceso. Una obra para iniciados que relaciona desde la seriedad de la ciencia económica los valores que la filosofía china puede aportar al mundo de los negocios. Aquí no hay parábolas ni fábulas y su lectura requiere un cierto esfuerzo de concentración.