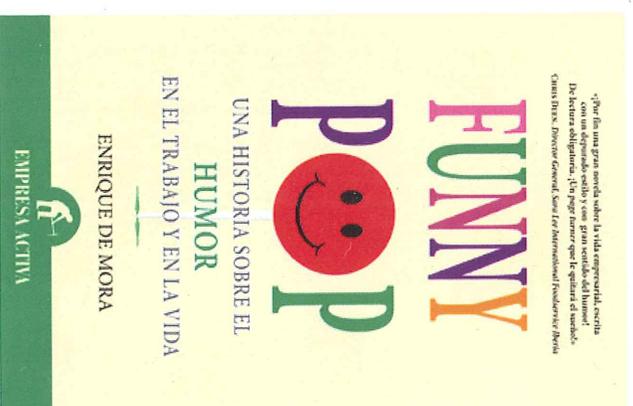


Cuando el humor puede cambiar el mundo

ENRIQUE DE MORA, SOCIO Y DIRECTOR GENERAL DE LA CONSULTORA EXCELTIA, ESPECIALIZADA EN ASESORAMIENTO ESTRATÉGICO Y EN FORMACIÓN DIRECTIVA, PRESENTA **FUNNY POP**, UN INTERESANTE LIBRO QUE, EN CLAVE DE NOVELA Y CON UN ESTILO QUE PRETENDE PROVOCAR NO SÓLO LA REFLEXIÓN, SINO TAMBIÉN ALGUNA QUE OTRA SONRISA, EXPLICA LA IMPORTANCIA QUE TIENE EL HUMOR EN EL TRABAJO Y EN LA VIDA Y SU PAPEL DETERMINANTE EN EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS.



Una empresa de alimentación tradicional y familiar, con sus ventas en declive, se ve amenazada por una creciente competencia. Sus antiguos propietarios, conscientes de los problemas que se avecinan, deciden contratar a un director externo para enderezar el rumbo de la empresa.

La primera tarea del nuevo director consistirá en cambiar radicalmente el clima laboral de la añquilosada empresa y en rescatar las ilusiones de sus empleados. Atacando los principales puntos de conflicto y parálisis, logra restablecer el ánimo y la confianza de sus empleados quienes responden positivamente a los nuevos aires. La empresa malhumorada y decadente se convierte en una empresa "bienhumorada" y exitosa.

Una vez cambiado el humor, pronto aparece la innovación y los nuevos productos, entre los cuales destaca Funny-Pop. El éxito de éste repercutirá no sólo en los resultados de la empresa sino también en la vida de sus empleados y de la sociedad en general.

Éste es el argumento central de Funny Pop, de Enrique de Mora, un libro repleto de ideas y anécdotas que ayudan a pensar en positivo y que pueden dar algunas claves para cambiar, de la mano del humor, el destino de una empresa... y de muchas vidas. La idea es clara: hay que moverse por ilusiones y ver en el humor una herramienta de gestión básica que ayuda a nuestro desarrollo vital y profesional. Si pones en práctica algunas de las sugerencias que de Mora va dejando en el camino, puede que al terminar la lectura tengas una idea más clara de cómo dirigir tu futuro laboral.

TRABAJO Y DIVERSIÓN

Uno de los mayores problemas al que se enfrentan muchos mortales es el hastío con el que

afrontan su trabajo. Es un problema de actitud que interfiere sobremedida sobre su rendimiento y que a la larga se erige como una muralla infranqueable en el camino de la empresa hacia el futuro. De Mora lo tiene claro: el trabajo no tiene porque ser gris, serio y aburrido. Casi todo el mundo dedica la tercera parte de sus vidas a trabajar, y lograr un ambiente laboral divertido, ilusionante y retador tendría que ser un objetivo prioritario para los directivos y los empleados de cualquier empresa.

El humor es necesario en el trabajo y en la vida no sólo para disfrutar más de la existencia sino también para conseguir mejores resultados. Estudios sólidos demuestran que la ilusión y el buen ambiente inciden directamente en los re-

Casi todo el mundo dedica la tercera parte de su vida a trabajar, y lograr un ambiente laboral divertido, ilusionante y retador tendría que ser un objetivo prioritario para los directivos y los empleados de cualquier empresa

sultados de las empresas. Y la conclusión del libro es clara: en toda empresa que se precie, la dirección debería fomentar el humor... y los empleados deberían saber practicarlo, tanto al interactuar entre ellos como con ellos mismos.

MÁS HUMOR. MAYOR RENDIMIENTO

Uno de los motivos que animaron a de Mora a escribir este libro fue la lectura de un estudio publicado por David Maister, en 2001, en su libro "Practice what you preach" ("Practica lo que predicas") con datos obtenidos a partir de una investigación con casi 6.000 empleados de una treintena de empresas de 15 países y en 15 sectores diferentes. Maister comprobó que un aumento del 10% en la ilusión por el trabajo de los empleados, incrementaba en un 10-15% la sa-

tisfacción de los clientes, lo que implicaba un aumento de los beneficios financieros en un 42%. Es, probablemente, uno de los estudios más contundentes que demuestra que existe una relación sólida entre la ilusión de los empleados, la satisfacción de los clientes, y el crecimiento y rentabilidad de la empresa.

Leyendo las ideas de de Mora parece obvio que en los tiempos que corren, los jefes autoritarios y excesivamente serios no tienen razón de ser. Para dirigir personas y negocios, hay que saber manejarse con sentido del humor. Y el autor tiene claro quien debe dar el primer paso: si los directivos prediccan con el ejemplo, toda la organización se contagiará. "Un buen ejemplo puede ser el lenguaje, la forma de expresarnos. Si in-

corporamos a nuestro lenguaje, nuestro vehículo básico de comunicación, un léxico más desenfadado y divertido, incluso en la empresa -en los nombres de los cargos, de los proyectos, de las salas de reuniones...-, haremos más grata nuestra vida y la de los demás."

Leyendo este interesante y divertido libro, que repasa de una manera muy realista todos los entresijos del mundo empresarial, y que debería ser lectura obligatoria para todos aquellos que quieran participar activamente en un proyecto de empresa, queda claro que debemos esforzarnos por disfrutar más de todo, incluso del trabajo, porque ese estado de ánimo positivo seguro que, entre otras cosas, genera mejores resultados. Nunca hay que perder la capacidad de divertirse...

trader sport

SPORTS & LIFESTYLE COMMUNITY

Nº 165



Deportes minoritarios

Gliss: el skate roba protagonismo al surf

Las 100 marcas más rentables

