

# CREATING ESCENARIOS

Mayo 2007

## Puntos de interés especial:

- > El juego de los negocios demanda piezas de múltiple valor.
- > Nuestro potencial como empresa está en nuestra capacidad de movimiento.

edanxestion  
CONSULTORÍA DE EMPRESA



## Noticias desde el futuro

Año 2, número 14

## ¿Jugamos al GO en los negocios ...

Dicen que para moverse por el mundo hay que tomarse las cosas como si fueran cosa de juego.

En los negocios, los gurús del management insisten en plantear el tema del éxito como si el triunfo viniese de un buen planteamiento de ese juego: máxima diversión, indispensable concentración y personal estrategia.

Si así fuera, el mundo de los negocios actualmente se parecería a un juego de GO. El GO es un juego bello, lleno de sutilezas y posibilidades, que generalmente nos empeñamos en complicar. Igual que hacemos muchas veces en nuestro negocio.

### ¿Qué es el GO?

El GO es un juego oriental de estrategia, que se define fundamentalmente por su fijación en no orientar el juego hacia la derrota del contrincante. Esa derrota sólo es un medio que, además, no tiene obligatoriamente que ocurrir. Lo importante en el GO es ocupar espacios, dominar directa o indirectamente la mayor cantidad posible de territorio.

La mayoría de nosotros cuando jugamos estratégicamente utilizamos como ejemplo el ajedrez.

Como en el ajedrez, reducimos nuestro espacio a uno

relativamente pequeño, bien cuadrulado para intentar movernos cómodamente en él. Es nuestro pequeño mercado, nosotros contra ellos (la competencia); y, cuando no haya competencia, el mercado como un gran botín que ya puede ser "tomado".

Es la posesión a partir de la "destrucción". La meta final es la derrota completa del adversario, el mate.

Como en el ajedrez, para dicha finalidad utilizamos piezas diferentes: el administrativo, el vendedor, el director de producción, etc.

... (continúa)

## Contenido:

Noticias desde el futuro	1
Empresa preactiva:	
Consulta práctica XIV	2
Possible world Negocios ¿posibles?	
Possible world (xv)	3

## ... o al ajedrez? 1ª parte

Por definición, esas piezas que empleamos no tienen el mismo valor y obedecen a reglas de desplazamiento estrictas (utilizando el símil del ajedrez). Es decir, ninguna puede hacer la función de otra.

Así las cosas, el cuadro de juego está bien codificado, el material se presenta completo al principio para ir poco desapareciendo mientras se desarrolla la partida. Las

piezas desaparecen de la partida pero podrán ser utilizadas en muchas otras "contendidas".

Otro dato a tener en cuenta es que, en el ajedrez, una ventaja no es siempre suficiente para ganar. Hay demasiadas posibilidades de acabar en tablas.

En el mundo del mercado estas tablas se perciben como derrotas mutuas (el

"lose-lose" derivado del fracaso de una doble estrategia "win-lose").

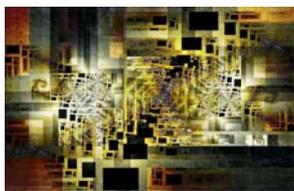
Aunque todo parece más sencillo, en el ajedrez no hay libertad completa para cambiar las cosas y empezar de nuevo. Del mismo modo, la imaginación no encuentra vías para manifestarse ante la rigidez de las reglas.

La 2ª parte de este artículo se incluirá en el próximo n°.

En esta sección indicaremos algunas cuestiones básicas relevantes para tratar problemas comunes de planificación estratégica.

Confiamos en que les sea útil.

### Consulta práctica XIV



Me encargo del área de administración de una mediana empresa. Tengo dos personas a mi cargo, que ya han cometido varios errores en la gestión de comunicaciones escritas (cartas, etc) que ellos mismos redactan bajo las indicaciones de los distintos responsables de área. ¿Qué pautas puedo establecer para tener la seguridad de que las comunicaciones van bien dirigidas?

**Algunos factores claves a tener en cuenta son, entre otros:**

Previo: Determinar las funciones del área administrativa.

Es habitual que las empresas que no disponen de un departamento de comunicación, “dejen” ese cometido (y la consiguiente responsabilidad) a I@s administrativ@s de la empresa.

Por tanto, nos encontramos con un problema de comunicación externa (a clientes, proveedores, ... ) y no tanto de administración.

Formación básica del personal en materia de comunicación:

- \* Contenidos mínimos del mensaje escrito.
- \* Lenguaje a emplear (ej: más asertivo, claro, ...).
- \* Diseño externo de la comunicación (ej: papel a emplear, tipografía, ...).
- \* Mecanismos de verificación de que el mensaje ha sido comprendido adecuadamente por el destinatario.

Establecimiento de “check list”, basado en todo aquello que no hay que suponer en materia de comunicación escrita.

- 1.- No suponer nunca que un escrito enviado ha sido recibido.
- 2.- No suponer que, si fue recibido, ha sido leído.
- 3.- No suponer que fue recibido por la persona indicada.
- 4.- No suponer que hemos escrito todo lo que necesitábamos decir.
- 5.- No suponer que lo que hemos escrito confidencialmente será tratado siempre confidencialmente.
- 6.- No suponer que los demás que enviamos un mensaje escrito porque nos ha resultado imposible llamar por teléfono o quedar para hablar.
- 7.- No suponer que es demasiado tarde para enviar una nota más; tal vez no lo sea.
- 8.- No suponer que hay tiempo suficiente para enviar una nota más; tal vez no lo haya.
- 9.- No suponer que cualquier mensaje escrito es tan poco importante que no necesita que se compruebe su precisión, oportunidad, ortografía, etc.

**Sabemos que la  
realidad de su  
empresa es única**

### Empresa preactiva



## Publicación periódica

Directores:  
Emilio Arias  
Ángel González

Correo: [info@edanxestion.com](mailto:info@edanxestion.com)

**edanxestion**  
CONSULTORÍA DE EMPRESA

[www.edanxestion.com](http://www.edanxestion.com)



### Posible World (xv)

#### Idea de negocio: Diseño verde de interiores

Cada vez más se demandan profesionales capaces de cubrir por completo el proceso que va desde la detección de necesidades hasta la satisfacción continuada de éstas. Los oficios, como la jardinería, no escapan a esto.

Una alternativa a la jardinería de exteriores es la que tiene lugar dentro de edificios y locales.

Esta especialidad demanda un profesional con competencias añadidas propias de otros trabajos tan diversos como el diseño de interiores, la decoración, la limpieza, o la consultoría (dada la necesaria capacidad de preparar estrategias en función de las necesidades de los clientes).

#### Funciones:

- Diseño de espacios verdes en el interior, y diseño de fachadas verdes (cultivo hidropónico).
- Determinar ubicación a partir de las necesidades de luz de las plantas y de un cierto criterio estético (armonía) en el conjunto de la edificación.
- Ambientación verde de ferias, congresos, etc., utilizando las plantas como materia viva de decoración.
- Atención personalizada a cada planta o grupo de plantas.
- Riego, abono, limpieza y poda.

#### Clientes del negocio:

Comunidades de vecinos, empresas, centros de negocios.

Indirectamente: inmobiliarias, administradores de fincas y similares.

#### Precio del servicio:

A partir de 40 €/h (por la necesidad de amortizar maquinaria, abonos, simientes, eliminación de residuos, ... ) , en caso de requerirse el servicio por horas. Se recomienda buscar contratos de mantenimiento de cobro mensual, que abaratan el coste/hora habitual.