

PROGRAMA EMPRESA Y PERSONA - BLOQUE 2 –

HACIENDO EMPRESA

IDENTIDAD Y CIRCUNSTANCIAS – ALAS DE CERA

- El proyecto en marcha genera una tensión entre la idea inicial y las circunstancias en que se desarrolla.
- La idea inicial es la esencia del proyecto. Esencia, en metafísica, es aquello que la cosa es, lo que define cada cosa en general.
- La empresa en marcha, real y presente, es la existencia del proyecto. Existencia, en metafísica, es el acto de ser de una cosa.
- La empresa no es o su idea o su realidad. La empresa, como todo, es una esencia existente: la idea inicial, sí, pero llevada a la realidad y las circunstancias.

HACER COMUNIDAD – LA CIUDAD A SUS ESPALDAS

- El equipo en acción genera una comunidad humana, unos vínculos interpersonales que definen cómo es nuestra empresa.
- Es difícil comprender una comunidad humana si no se entiende antes que el ser humano es social por naturaleza: nace y se desarrolla en comunidad.
- La comunidad base para el ser humano es la familia: la empresa no es una familia, pero toma de ella, analógicamente, muchos elementos.
- Comprender la familia nos permite, primero, comprender muchas dinámicas personales y vínculos dentro de la empresa; y segundo, comprender al empleado como ser comunitario.

MANDO Y OBEDIENCIA –CRUZAR EL RÍO

- El fenómeno de la obediencia responde a la existencia de jerarquías naturales, de modelos naturales a quienes imitar y de quienes aprender.
- La autoridad natural no se da necesariamente en la empresa, donde a los puestos superiores se llega por circunstancias de mérito, antigüedad, etc.
- En la autoridad artificial, es necesario ganarse el respeto de los subordinados: demostrar que se está a la altura de esa imitación.
- La obediencia no desmerece al obediente, puesto que no se es más libre por ir contra el orden establecido, sino cuando somos capaces de seguir un orden precisamente porque es bueno.

RESPONSABILIDAD E IMPLICACIÓN – HÉCTOR DIJO NO

- El poder ejercitado en una empresa puede basarse en la coacción (potestas) o en la autoridad moral (auctoritas). El segundo nace de y genera respeto.
- Un equipo debe obedecer porque cree en lo que hacemos y se siente implicado en el proyecto. Esta autoridad moral nace de la responsabilidad.
- Responsabilidad supone hacer el proyecto propio, encarnarlo, y llevarlo a sus últimas consecuencias personal y colectivamente
- Hacerse responsable es asumir el mundo como un don, cuidarlo e integrarlo en mi vida a la vez que me dejo integrar por él.

SABERSE HUMANO – CONÓCETE A TI MISMO

- Para delegar es necesario saberse humano y finito: conocerse a sí mismo y aprender a confiar.
- El movimiento interno de la delegación consiste en conocer las propias limitaciones y ser consciente de que nunca vamos a poder abarcar toda la realidad.
- La realidad, más que un problema, constituye un misterio, y no es por tanto desconocida, sino muchas veces “*desconocible*”: esto requiere humildad.
- La humildad no es, como la hybris de los antiguos, considerarse atado a un destino. Consiste en saberse incapaz de todo, y por tanto dispuesto a la delegación y ayuda ajena.

GESTIÓN DE LOS TEMPERAMENTOS I – DE HIPÓCRATES A VAN GOGH

- La coordinación supone coordinar equipos diversos. En ellos se dan personalidades, temperamentos, fortalezas y debilidades diversas.
- La composición de un equipo y su gestión debe contar con esta diversidad, y explotar la complementariedad de las distintas personalidades.
- El temperamento flemático tiende a la practicidad, el sanguíneo a ser extrovertido, el colérico al entusiasmo, y el melancólico a la creatividad.
- Sin embargo, el flemático puede ser apático, el sanguíneo superficial, el colérico iracundo o el melancólico depresivo. Conocer los temperamentos permite aprovechar las fortalezas y atajar o prever las debilidades.

GESTIÓN DE LOS TEMPERAMENTOS II – EL ESPEJO DEL ARTE

- El temperamento flemático nos recuerda al estilo románico: sobrio, estable y duradero.
- El temperamento colérico nos recuerda al estilo gótico: vivo, apasionado y de altas miras.

- El temperamento sanguíneo nos recuerda al estilo renacentista: optimista, entusiasta y muy comunicativo.
- El temperamento melancólico nos recuerda al estilo barroco: profundo, de altibajos frecuentes, y creativo

MOTOR Y MOTIVACIÓN – BEATRIZ

- La comunicación siempre busca un efecto: motivar a los demás, trasladar unos motivos que impulsen a nuestro equipo.
- La causalidad explica como todo efecto tiene una causa, y existen muy distintas causas, algunas más perfectas que otras.
- La causa más perfecta es la causa primera, la que define la misión y el proyecto: la motivación se establece de acuerdo con el objetivo final.
- La motivación del empleado depende de la causa final de la empresa, y encontrar la motivación correcta nos lleva al fin más perfecto.

CREATIVIDAD Y PROBLEMAS – HERACLES *OUTSIDE THE BOX*

- La eficacia y la resolución de problemas nos lleva a la creatividad, primero como parte de la productividad, a través una interpretación creativa de lo real.
- Como parte de la belleza, la creatividad es la capacidad de descubrir lo oculto, la retirada del velo de lo real para mostrar lo que se esconde a simple vista.
- Como herramienta, la mente creativa mira un problema y lo afronta con una perspectiva nueva, aproximándolo desde ángulos distintos
- En la empresa surgen numerosos problemas heurísticos, aquellos que sólo se resuelven con una solución única, y que requieren de creatividad.