



Josep María Coll sobre gestionar, producir y consumir de otra manera: el modelo oriental del Zen Business

Descripción

[Josep María Coll](#), profesor de EADA *Business School*, un especialista del *Zen Business*, explica este modelo económico y en esta entrevista.

Usted ha publicado *Zen Business*, una obra dedicada a transformar el papel de las empresas. ¿Por qué la escribió? ¿En qué consiste esa transformación Zen?

Fue una reflexión personal la que me llevó en primer lugar a mi propia transformación: ver, sobre todo después de la crisis, cómo habíamos llegado a ella. Había ciertos motores de cambio, una crisis económica y luego también a nivel general. La gente empezó a concienciarse y a empoderarse de que con otra manera de gestionar y de consumir se podía ir mejor. Y a partir de ahí empecé a investigar; yo estaba en Asia, y fue una manera de fusionar lo mejor de Oriente con Occidente. Me llevó a diseñar una metodología pensada para incrementar el impacto holístico de las empresas, no solo a nivel económico, sino también para generar valor social, emocional y medioambiental.

¿Qué podemos aprender en España del sistema oriental de dirección de empresas?

Que sea un sistema que viene de la sabiduría oriental no significa que sea el sistema oriental de gestionar empresas, porque Oriente también ha aprendido de Occidente. No solo han aprendido de Occidente, sino que muchos directivos se han formado en Occidente, sobre todo en Estados Unidos; han ido a sus empresas aplicando también las teorías y modelos, en este caso anglosajones. Pero el fundamento principal oriental es una concepción de la empresa basada en el ser humano, en el que la organización se entiende como un organismo vivo y se plantea qué sentido tiene la organización y por lo tanto qué función ocupa en la sociedad.

Usted ha vivido y trabajado en Corea del Sur. ¿Qué es lo que más le llama la atención de ese país?

Que haya sido capaz de transformarse en tan solo veinticinco años. En el año 1960 era uno de los países más pobres del mundo, tenía un PIB *per capita* similar al de Ghana, y en el año 1988 ya estaban organizando unos Juegos Olímpicos antes incluso que Barcelona. Esa capacidad de transformación sin recursos naturales es lo primero que captó mi atención.

Corea del Sur es un país conocido por sus buenos resultados en PISA. ¿Falta excelencia a la universidad española y al sistema de enseñanza español? ¿Qué receta recomienda?

Corea del Sur tiene un sistema educativo hecho en base sobre todo al esfuerzo, al sacrificio y al valor de la educación. En España yo creo que podemos aprender del valor de la educación, de esa cultura del esfuerzo. Para mí la clave está ahí y no tanto en la calidad del sistema educativo en sí.

Usted ha publicado sobre la cooperación estratégica de Corea del Sur en África y la ha propuesto como un reto para España. ¿Por qué?

Es un reto para España en el sentido de que la cooperación coreana, en este caso en África, está desligada de ese paternalismo que condiciona el modelo de cooperación Europa-África en general. Para España el reto es encontrar modelos *win-win* de cooperación público-privada en el cual haya un paralelismo, una relación de tú a tú con los países que reciben parte de la cooperación.

¿A qué se refiere cuando habla de estrategia de triangulación aludiendo a España, Corea y Latinoamérica?

Es una estrategia muy importante que pocas empresas tienen en mente y las empresas que sí que lo han tenido en mente o lo tienen en mente están generando realmente muchas oportunidades de negocio nuevos. Y es que Corea tiene mucho interés en América Latina, no solo en los recursos naturales sino ya como mercado de consumidores; y América Latina en Corea del Sur. La distancia cultural es enorme, tan enorme que muchas veces empresas españolas que ya tienen sus redes de negocio, que tienen el conocimiento de la cultura (por afinidad, no solo lingüística sino también cultural), pueden hacer un papel de intermediarias con Corea del Sur. Esa es la idea de triangulación.

¿Qué aconsejaría a un estudiante de Economía?

Que viajara, que estudiara Economía con una perspectiva global y desde la experiencia. Lo digo también por mi propia experiencia. He viajado a más de cuarenta países haciendo proyectos de desarrollo internacional económico, y eso me ha permitido tener una perspectiva que no hubiera tenido de otra manera. Y no solo viajar: también tener distintas experiencias prácticas en distintos sectores para mí es clave, en el sector privado e incluso en el público. Porque creo que la economía del futuro es una economía eminentemente integradora y con una visión global para solucionar los problemas de la humanidad.

¿Qué libros le recomendaría?

Aristóteles y su *Ética a Nicómaco* y luego libros de la filosofía Zen, por un lado, como los que cito en mi obra. A nivel económico me han influido mucho pensamientos como el de Schumacher con su *Small is beautiful*, escrito en 1973, uno de los libros más influyentes escritos en la segunda mitad del siglo XX. Me ha influido también Kotler, que sacó recientemente un libro, *Marketing 3.0*, donde aboga por una mercadotecnia pensada para la sostenibilidad y verdaderamente al servicio de las personas; también Joseph Stiglitz y Jeffrey Sachs.

¿Qué lleva ahora entre manos?

Mi propósito es humanizar la economía. Y no solo: también empoderar a las empresas para que

realmente puedan dar servicio a las personas. Eso lo hago en tres ámbitos: la docencia (*Zen Business* es una asignatura en varios másteres, vengo ahora de México donde he dado un curso en la Universidad); luego estoy también en la parte de investigación, coordinando y dirigiendo un proyecto donde medimos estas dimensiones, social, medioambiental y emocional de las empresas, para que la medición no sea solo un sistema de evaluación, sino que además las empresas adquieran recursos y herramientas para gestionarse mejor; y la tercera vía es de servicio, la consultoría, es decir, acompaño también a empresas que dicen: “Eso está muy bien, nos gusta mucho esta metodología, lo queremos sistematizar y queremos ayuda”.

¿En qué ha consistido su relación profesional con Caixa Catalunya y con el [CIDOB](#)?

Caixa Catalunya fue mi primera experiencia profesional, dentro del ámbito de *marketing*. Allí aprendí las ineficiencias de una gestión tan grande como era Caixa Catalunya. También aprendí metodologías muy interesantes a la hora de gestionar distintos departamentos. Mi desencanto fue ver, cuando ya llevaba unos meses trabajando allí (yo me responsabilizaba de la unidad de clientes), que a los clientes se les llamaba *unes*, que eran unidades de negocio. Había una perspectiva muy mecanicista y muy numérica para tratar a los clientes. CIDOB es otra cosa, en CIDOB yo empecé a trabajar cuando ya había desarrollado mi carrera: un camino entre el mundo empresarial y el de la cooperación al desarrollo en organizaciones multilaterales y en la academia. CIDOB es una fundación de relaciones internacionales y ahí en CIDOB gestionan muchos proyectos de investigación que al final nutren la toma de decisiones de actores políticos, también privados, en base a las relaciones internacionales. Qué pasa en el mundo y cómo leer lo que pasa en el mundo es importante para nuestro día a día. Aprendí en CIDOB la importancia del contexto, cómo tomar decisiones dependiendo del contexto en el que te encuentras.

¿Cuál ha sido el fracaso personal del que más ha aprendido?

La palabra *fracaso* para mí es parte del éxito, por eso no le llamo *fracaso*, porque gracias a los errores uno avanza y uno aprende. Yo tuve una experiencia asesorando una empresa de comercio internacional, en este caso entre China y España. La falta de planificación (aquí, registrar la propiedad intelectual) nos llevó a tener pérdidas importantes. Aprendí, pues, la gran importancia de la cuidadosa planificación y análisis previo.

Fecha de creación

21/06/2017

Autor

José Manuel Grau Navarro