

Helveti@

Newsletter Mensual - Año 9 No. 77 - Mayo 2016



Cámara de Comercio Suizo Argentina - www.suiza.org.ar - info@suiza.org.ar
Presidente: Rodolfo Dietl - Gerente General: Cecilia Dibárbora - Helveti@: Pierre Dumas

EL TEMA DEL MES

< Por qué el fracaso puede ser bueno

Las empresas que se sienten cómodas con el fracaso son más ágiles, innovadoras y exitosas, explica John Harmeling, director de marketing de Grant Thornton EE.UU.



Es común que los equipos de trabajo en sus reuniones periódicas tomen de 10 a 15 minutos para hablar de fracaso. Alguien contará cómo falló en algo, explorarán sobre lo que salió mal y compartirán las lecciones aprendidas. ¿Por qué hacemos esto? Porque queremos estar más cómodos con el fracaso. Al hablar abiertamente, todos nos volvemos más a gusto con la posibilidad de fracasar en nuestras propias empresas y, a su vez, nos hace más aventureros y menos gobernados por el miedo. En última instancia, nos centramos en el fracaso porque queremos innovar - y no se puede tener uno sin el otro. Si se tiene una cultura empresarial que anima a la gente a probar algo nuevo sin temor al fracaso, entonces hay al menos cuatro aspectos positivos.

1) Se puede cambiar de forma rápida

Las empresas a menudo se resisten a un cambio de dirección, ya que puede ser visto como una admisión de fracaso y porque son reacios a invertir más. Sin embargo, si la situación actual está obstaculizando el negocio, a continuación, una mayor inversión y un cambio rápido de dirección podrían ofrecer beneficios incluso antes de lo esperado.

2) Su visión será más clara

Con demasiada frecuencia nos encontramos con malas decisiones surgidas de las peores razones. Tenemos miedo a molestar a la persona a la que se le ocurrió la idea, sobre todo si llegan a ser nuestro jefe. Las Falacias del Jugador y de Aversión a la Pérdida son dos sesgos cognitivos bien documentados que paralizan

a los inversores cuando los valores de sus acciones caen. Si se tiene miedo al fracaso, se está en riesgo de tratar de hacer girar cada situación para mejor. Eso es peligroso. Solamente cuando las emociones están en calma, ya que no se tiene miedo al fracaso, se pueden ver claramente las ventajas y desventajas de cada escenario sin distorsión.

3) Las ideas fluirán

Los empleados deben tener libertad para ventilar ideas, sean grandes o pequeñas, sensibles o locas. Pero ellos sólo harán eso si saben que van a ser apoyados. El Media Lab en el mundialmente reconocido MIT (Instituto de Tecnología de Massachusetts) establece grupos consignados para generar ideas radicales. Cuando trabajaba en el Bank of America, el banco había diseñado un sensor que seguía el estado de ánimo de los clientes cuando entraban en un banco. De esta manera, el personal era advertido si el cliente estaba enojado o feliz, lo que les permitía responder en consecuencia.

4) El éxito será más grande

Si se quiere ganar a lo grande se necesita tomar riesgos - a pesar de que a veces fallaremos. Por el contrario, si usted tiene aversión al riesgo, se perderá. Es un equilibrio entre riesgo y recompensa. Trate de identificar las cosas en las que su empresa está dispuesta a fallar en para entregar sus victorias más grandes y éxito global. Esto implica asegurarse de que la atención se centra en las cosas que realmente importan.

Equilibrar el riesgo con la oportunidad

Debemos tomar en cuenta que es importante sentirse cómodo con el fracaso, para tomar riesgos calculados, fomentar una cultura de ensayo y error, y aprender mediante el intercambio de experiencias. Hay que innovar empresarialmente a través del ensayo y error y animarse a tener ideas.

*John Harmeling,
Director de Marketing
Grant Thornton en EE.UU.*

www.grantthornton.com.ar

