



Cristina Martín. *Gestora de Patrimonios*

Destacado por su amplia aplicación en el mundo empresarial, en el libro “**El Arte de la Guerra**” el general chino **Sun Tzu** enfatiza, a través de las batallas y de la experiencia que adquiere en ellas, la importancia de conocerse a uno mismo y a nuestros adversarios, de anticiparse a cualquier situación y así alcanzar el éxito en cualquier batalla por muy adversas que puedan ser las condiciones en las que se libre.

En sus numerosos conflictos bélicos, **Sun Tzu adquiere un know-how que le permite ir desgranando las estrategias y las fórmulas más adecuadas para alcanzar sus objetivos**, que no siempre se basan en salir victorioso de las batallas sino que en ocasiones, únicamente radican en **evitar la derrota**.

Como les avanzaba, dicha lectura ha sido muy utilizada en distintos foros del mundo docente dadas sus aplicaciones en el ámbito de los negocios.

En el entorno tan cambiante en el que transita hoy en día gran parte del tejido empresarial, lejos de acomodarse y de centrarse exclusivamente en el día a día, las empresas se ven obligadas a mirar hacia el futuro tanto a corto como a medio y largo plazo y tienen la misión de **reinventarse de forma continuada** para no quedarse atrás y sobrevivir en un mundo cada vez más complejo y camaleónico.

Citando algunos apartados del libro, pretendo compartir con el lector ciertas reflexiones que me han parecido interesantes. Destaco sobre todo los siguientes:

«Si conoces al enemigo y te conoces a ti mismo, ni en cien batallas correrás peligro. Si no conoces al enemigo pero te conoces a ti mismo, perderás una y ganarás otra. Si no conoces al enemigo ni te conoces a ti mismo, correrás peligro en cada batalla».

«Conoce al enemigo, concómete a ti mismo y tu victoria nunca se verá amenazada. Conoce el terreno, conoce las condiciones meteorológicas y tu victoria será total».

Sun Tzu pretende en estas líneas que entendamos la **importancia de conocer las fortalezas y debilidades de uno mismo, así como las oportunidades y amenazas que presenten tanto el enemigo como las circunstancias**. De esta manera, con toda la información en nuestro poder, cualquiera será capaz de evaluar la situación, analizar las distintas opciones que se presenten y tomar la decisión óptima.

Los sustantivos empleados -fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas,- no están escogidos al azar: hacen referencia directa al análisis **SWOT**, tan utilizado para situar a una empresa en el mercado y conocer sus puntos fuertes y débiles.

Sería impensable hoy en día abogar por la sostenibilidad y la viabilidad de una compañía que no tuviera presente en qué situación se encuentra respecto a su competencia o sector y cuáles son los factores internos y externos de los que puede beneficiarse o no

Si añadimos a esta valiosa información el conocimiento del entorno, -el terreno y las condiciones meteorológicas a los que hace referencia el general chino-, la capacidad de adaptación y de transformación de la empresa aumentará exponencialmente para permitirle anticiparse a los cambios que le impongan tanto el propio mercado como el consumidor final.

A lo largo del libro, Sun Tzu pivota de forma recurrente sobre la idea de que **la prudencia es una de las aptitudes más valiosas a la hora de enfrentarse a un conflicto**. Como comentaba al principio, él no defiende la idea de luchar a toda costa, sino todo lo contrario: aunque parezca extraño viniendo de un general acostumbrado a ello, no predica acerca de la lucha. Hay apartados en los que mientras relata escenas de las batallas, sorprende su entereza y su capacidad para transmitir que lo importante en cualquier conflicto es salir

victorioso con el mínimo esfuerzo posible.

Hacer uso de la prudencia, comprender la naturaleza de cada conflicto, contar con un liderazgo sólido y una visión clara de la situación, son, según Sun Tzu, los ingredientes principales para alcanzar el éxito y no morir en el intento. Las siguientes citas hacen referencia a ello:

“Es mejor ganar sin lucha; un buen militar es capaz de ganar al enemigo sin entrar en batalla.”

“Ganan los que saben cuándo luchar y cuándo no.”

Los matices de la prudencia: memoria del pasado, evaluación del presente y aproximación al futuro con previsión, provisión y precaución.

Las empresas que consiguen penetrar en el mercado y sobretodo que consiguen permanecer en él lo hacen gracias a esta misma filosofía. Aunque en ocasiones las compañías se vean obligadas a invertir en ciertos desarrollos para no quedarse atrás del resto de competidores, como podría ser hoy en día la inversión en tecnología, es de vital importancia que tengan una visión clara del motivo por el que lo hacen y del objetivo que pretenden alcanzar.

Sectores como el financiero o el retail llevan años invirtiendo cantidades muy elevadas de capex en **plataformas que den acceso a todos sus clientes a comprar o utilizar sus servicios desde cualquier parte del mundo**. El tiempo nos dirá si todas estas empresas serán capaces de sobrevivir a las exigencias del mercado aun creyendo haber hecho lo necesario.

Cada empresa es distinta y el management debe ser muy consciente de en qué batallas participa y en cuáles no.

La competencia desenfadada que ha desencadenado el e-commerce en muchos sectores es de obligado estudio para todo aquel negocio con afán de entrar en según qué nicho, mercado o canal de distribución.

Las compañías deben asegurarse en qué invierten sus recursos para garantizar su viabilidad. Por ello, la solidez y visión del equipo gestor así como la comprensión y el estudio del entorno cambiante en el que navega, serán esenciales para garantizar la continuidad empresarial

Síguenos: