

DOSSIER CORPORATIVO

Koerentia

Inspiring Business Growth



<u>0. EL AMANECER DEL ‘NUEVO PARADIGMA ORGANIZACIONAL’</u>	3
<u>1. KOERENTIA</u>	4
1.1 NUESTRA MISIÓN.....	4
1.2 NUESTRA VISIÓN.....	4
1.3 NUESTROS VALORES.....	4
<u>2. MODELO DE NEGOCIO: PROMOVER UN CAMBIO DE PARADIGMA</u>	5
2.1 QUÉ OFRECEMOS.....	5
2.1.1 <i>NUEVO PARADIGMA PERSONAL</i>	5
2.1.2 <i>NUEVO PARADIGMA RELACIONAL</i>	5
2.1.3 <i>NUEVO PARADIGMA CULTURAL</i>	6
2.2 NUESTRA METODOLOGÍA: ‘APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL’.....	6
2.2.1 <i>AUTOCONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL</i>	6
2.2.2 <i>DESARROLLO ORGANIZACIONAL</i>	7
2.2.3 <i>LIDERAZGO ORGANIZACIONAL</i>	7
<u>3. QUIÉNES SOMOS</u>	8
3.1 CONSEJO ASESOR.....	8
3.2 SOCIOS FUNDADORES.....	9
3.3 EQUIPO DE COLABORADORES.....	10

0. EL AMANECER DEL 'NUEVO PARADIGMA ORGANIZACIONAL'

Cada vez más directivos y empresarios están replanteándose el funcionamiento de sus organizaciones como consecuencia de la crisis de valores y de consciencia que padece la sociedad. No en vano, la reciente crisis ha puesto de manifiesto que la manera en que muchas de las empresas han venido creciendo ha dejado de ser eficiente y empieza a ser insostenible. De hecho, cada vez más sociólogos y economistas coinciden en que este 'Viejo Paradigma Organizacional' está en decadencia y que su transformación es ineludible e inevitable.

Nos referimos a la visión materialista del mundo, que provoca que las organizaciones tengan como Dios al capital y como único objetivo, ganar dinero. Nos referimos al enfoque mecanicista y utilitarista del trabajo, en el que los jefes tratan a sus colaboradores como máquinas, impidiéndoles desarrollar su potencial. Nos referimos a la perspectiva victimista de la vida, que nos lleva a sufrir inútilmente por no aceptar que nuestras condiciones laborales son como son.

Después de muchos años reflexionando sobre estas cuestiones, nos hemos dado cuenta de que no somos los únicos. Está emergiendo una minoría cada vez más mayoritaria de ejecutivos responsables que se han dado cuenta de que es hora de cambiar. Y no por razones morales, sino por cuestiones económicas: lo que está en juego es la supervivencia de las organizaciones que lideran.

Lenta pero progresivamente estamos presenciando el amanecer de un 'Nuevo Paradigma Organizacional', que inspira a los individuos y a las organizaciones a que orienten sus vidas hacia el bien común. Y lo cierto es que está fundamentado en los últimos conocimientos científicos sobre la naturaleza de la realidad y de los seres humanos que la componemos. Esta nueva manera de entender la vida está basada en la filosofía del *postmaterialismo*. Es decir, la visión de que el mundo está compuesto por una parte material y otra inmaterial, promoviendo el equilibrio entre lo que *tenemos* y lo que *somos*. Este enfoque integrador motiva a las empresas a alinear su legítimo afán de lucro con el bienestar de sus profesionales y el respeto por el medioambiente. También alienta a las organizaciones a crear riqueza real para la sociedad, dejando de ver el dinero como un objetivo en sí mismo para concebirlo como el resultado de dicha contribución.

En paralelo, este 'Nuevo Paradigma Organizacional' promueve que los mandos intermedios desarrollen sus competencias emocionales, de manera que aprendan a gestionar a sus colaboradores de una forma más constructiva y eficiente. Eso sí, para que esta nueva perspectiva de la vida se consolide, el cambio más importante lo hemos de hacer individualmente. Y consiste en abandonar la postura del victimismo para entrenar la responsabilidad personal. Para lograrlo hemos de comprender e interiorizar que somos libres para elegir nuestra actitud frente a nuestras circunstancias, así como para tomar las decisiones más adecuadas en cada momento.

Debido a la hipervelocidad, el estrés y el cansancio, muchos directivos apenas tienen tiempo de reflexionar acerca de cuál es el estado de ánimo de sus propias organizaciones. Sin embargo, para promover un 'Desarrollo Organizacional' eficiente y sostenible es necesario conocer a fondo el funcionamiento de dichas empresas. Así, ignorar la respuesta de las siguientes preguntas es un lujo que las organizaciones no se van a poder permitir por mucho tiempo: ¿cuál es el nivel de satisfacción de la gran

mayoría de los empleados? ¿Cómo están gestionando los mandos intermedios a los colaboradores? ¿Cuáles son las creencias y los valores que constituyen la cultura organizacional de la compañía? Y lo más importante: ¿qué impacto tienen todos estos *intangibles* en la cuenta final de resultados?

Dada la complejidad inherente a este proceso orientado a la transformación, está apareciendo una nueva posición directiva para cubrir este vacío en las empresas: el director de cultura organizacional. Este cargo está vinculado al director de personas – que en el ‘Viejo Paradigma Organizacional’ se denomina “director de recursos humanos”– y que reporta directamente al director general. Su misión es adaptar la función y el funcionamiento de las empresas al ‘Nuevo Paradigma Organizacional’, posibilitando que las compañías se alineen con su verdadera razón de ser.

Gracias a este proceso de ‘Aprendizaje Organizacional’, las empresas pueden dejar de funcionar por inercia y comienzan a evolucionar de forma consciente. Así es como interiorizan la filosofía del cambio permanente, permitiéndoles afrontar los nuevos retos y adversidades de futuro con mayor eficiencia y logrando así el fin más deseado: una ‘Abundancia Económica Sostenible’. Llegados a este punto, es importante señalar que este proceso sólo da sus frutos en el medio plazo cuando los directivos sienten la necesidad de cambio y *creen* en la posibilidad de *crear* una nueva manera de liderar su organización. Parece un camino largo, pero es cuestión de dar el primer paso. Y para ello, lo mejor es empezar por hacernos una simple pregunta: ¿qué haríamos si no tuviéramos miedo?

1. KOERENTIA

Inspirados por el ‘Nuevo Paradigma Organizacional’, somos una consultora especializada en acompañar a las organizaciones en su proceso de cambio y transformación. Nuestro objetivo es facilitar que las empresas alineen su legítimo afán de lucro con el bienestar de sus profesionales y el respeto por el medioambiente del que forman parte. Creemos en la responsabilidad personal, en el liderazgo basado en valores y en el desarrollo de una cultura organizacional humana como los pilares de un crecimiento económico eficiente y sostenible.

1.1 NUESTRA MISIÓN

Acompañamos a las organizaciones –y a las personas que las componen– en su proceso de autoconocimiento, desarrollo y liderazgo.

1.2 NUESTRA VISIÓN

Inspiramos el cambio y la transformación de las personas con la finalidad de elevar el nivel de consciencia y eficiencia de nuestras empresas clientes, de manera que se conviertan en la mejor versión de sí mismas.

1.3 NUESTROS VALORES

Consciencia. A través de nuestro propio autoconocimiento, nos hemos dado cuenta de que una vida plena y con sentido pasa por formar parte de proyectos orientados al bien común. Nuestro objetivo no es lucrarnos, sino crear riqueza real para la sociedad.

Compromiso. Creemos profundamente en nuestro trabajo y esta convicción nos guía y nos da fuerzas para dar lo mejor de nosotros mismos en cada proyecto en el que participamos. La vocación de servicio es nuestra razón de ser.

Entusiasmo. Nos sentimos agradecidos y afortunados por haber encontrado nuestra vocación profesional. De ahí que nuestro trabajo sea fuente de disfrute y satisfacción. Amamos lo que hacemos y hacemos lo que amamos.

Inocencia. Comprendemos y aceptamos que la realidad es como es. No estamos interesados en imponer nuestro punto de vista, sino en hacer de espejo para que nuestras empresas clientes vean reflejada la mejor versión de sí mismas.

Eficiencia. Nuestros servicios contribuyen a aumentar la eficiencia, la productividad, la innovación y la creatividad de nuestras empresas clientes. Y, en consecuencia, a mejorar su cuenta final de resultados.

Simplicidad. Nos mostramos tal como somos. Y esta autenticidad pasa por no disfrazar nuestra verdadera esencia con complejas metodologías. A la hora de ejecutar nuestro trabajo, creemos en la sabiduría de lo simple. Para nosotros, menos es más.

Coherencia. Si bien nuestras empresas clientes nos eligen, nosotros también las elegimos a ellas. Todas las decisiones que tomamos y todas las acciones que emprendemos están alineadas con nuestra misión, nuestra visión y nuestros valores.

2. MODELO DE NEGOCIO: PROMOVER UN CAMBIO DE PARADIGMA

2.1 QUÉ OFRECEMOS

Teniendo en cuenta de que no se puede resolver un problema desde el mismo nivel de comprensión en el que fue creado, la nueva realidad económica exige abordar la gestión organizacional de forma plenamente innovadora. En este contexto, proponemos introducir un cambio de paradigma en las tres dimensiones que componen la organización. Es decir, un cambio en la manera de comprender y liderar la dimensión personal, relacional y cultural de la empresa.

2.1.1 NUEVO PARADIGMA PERSONAL

Las personas somos quienes creamos, dirigimos y componemos las organizaciones. Así, nuestra manera de pensar, de ser y de actuar determina la manera en la que se construyen y se viven las empresas. Sin embargo, las compañías que operan según las creencias del ‘Viejo Paradigma Organizacional’ apenas valoran, cuidan y potencian la dimensión humana de sus trabajadores. Más bien los tratan como máquinas. De ahí el malestar, la desmotivación, el victimismo y el absentismo imperante. Desde la perspectiva del ‘Nuevo Paradigma Organizacional’, nuestro compromiso se centra en inspirar una nueva visión, más eficiente y evolucionada, que permita a las personas mejorar su grado de bienestar y satisfacción. Así es como se activa de forma voluntaria la motivación y el compromiso de los profesionales, mejorando exponencialmente su nivel de productividad, innovación, creatividad y, en consecuencia, los resultados económicos de la empresa.

VIEJO PARADIGMA ‘PERSONAL’

Ego (Esclavos de sus Limitaciones)
Ignorancia (Reactividad y Esclavitud Interior)
Incompetencia Emocional (Comportamientos Ineficientes)
Victimismo (Círculo de Preocupación)
Resultados de Insatisfacción (Malestar, Lucha y Conflicto)
Resentimiento hacia la Empresa
Desmotivación (Rotación y Absentismo)



NUEVO PARADIGMA ‘PERSONAL’

Esencia (Conectados con su Potencial)
Sabiduría (Proactividad y Libertad Interior)
Competencia Emocional (Comportamientos Eficientes)
Responsabilidad (Círculo de Influencia)
Resultados de Satisfacción (Bienestar, Aceptación y Servicio)
Gratitud hacia la Empresa
Motivación (Compromiso y Presentismo)

2.1.2 NUEVO PARADIGMA RELACIONAL

Las organizaciones están compuestas por una gigantesca red de relaciones humanas. Además de relacionarnos con nuestro jefe y nuestros compañeros, también tenemos que establecer conexiones interdepartamentales. A su vez, es importante cuidar la relación

que mantenemos con nuestros clientes y proveedores. Sin embargo, las empresas que se rigen por el ‘Viejo Paradigma Organizacional’ promueven ambientes competitivos, donde los mandos intermedios suelen ejercer un liderazgo autoritario, basado en la desconfianza, la rigidez y el control. En este contexto la comunicación no fluye y es del todo ineficaz, lo que perjudica directamente el trato que reciben los clientes. Inspirados por el ‘Nuevo Paradigma Organizacional’, nuestro compromiso se centra en promover relaciones orientadas al bien común, creando un clima de cooperación entre los miembros de la empresa. El reto es que los mandos intermedios ejerzan un liderazgo inspirador, dotando a sus colaboradores de una mayor flexibilidad y autonomía.

VIEJO PARADIGMA ‘RELACIONAL’

Egocentrismo (Orientación al Propio Interés)
 Competencia (Paradigma del ‘Yo’)
 Comunicación Ineficaz
 Liderazgo Autoritario
 Trato Vertical (Desigualdad)
 Hipocresía y Falsedad
 Gestión Basada en la Desconfianza, la Rigidez y el Control



NUEVO PARADIGMA ‘RELACIONAL’

Altruismo (Orientación al Bien Común)
 Cooperación (Paradigma del ‘Nosotros’)
 Comunicación Eficaz
 Liderazgo Inspirador
 Trato Horizontal (Igualdad)
 Autenticidad y Honestidad
 Gestión Basada en la Confianza, la Flexibilidad y la Autonomía

2.1.3 NUEVO PARADIGMA CULTURAL

De la misma manera que las personas tienen personalidad, las organizaciones tienen cultura. Y ésta condiciona la manera en la que trabajan sus empleados. De ahí la importancia de verificar cuál es el impacto que la cultura (compuesta por creencias, valores y aspiraciones) está teniendo sobre el estado de ánimo y el comportamiento de los empleados. Sin embargo, las compañías que operan según los parámetros del ‘Viejo Paradigma Organizacional’ están tan orientadas a ganar dinero en el corto plazo, que apenas tienen tiempo para gestionar estos intangibles. Esta es la razón por la que suelen cosechar un mal clima laboral. Dada la insostenibilidad de este estilo de *management* y guiados por los fundamentos del ‘Nuevo Paradigma Organizacional’, proponemos que todos los miembros de la empresa creen de forma voluntaria y consciente la misión, la visión y los valores de la compañía. De esta manera se posibilita que las personas gocen de un sentimiento de pertenencia, sintiéndose valiosas por formar parte de un proyecto con sentido, que aporta valor y riqueza a la sociedad.

VIEJO PARADIGMA ‘CULTURAL’

Sin Misión, Visión ni Valores (Sin Sentido)
 Colaboradores Desalineados
 Dirección de Recursos Humanos
 Cultura del Miedo (Mal Clima Laboral)
 Paradigma de la Escasez (Insostenibilidad)
 Gestión Materialista (Sólo Mide y Valora los Tangibles)
 Orientación al Lucro (Estrategia a Corto Plazo)



NUEVO PARADIGMA ‘CULTURAL’

Con Misión, Visión y Valores (Con Sentido)
 Colaboradores Alineados
 Gestión y Desarrollo de Personas
 Cultura de la Confianza (Buen Clima Laboral)
 Paradigma de la Abundancia (Sostenibilidad)
 Gestión Postmaterialista (Integra Tangibles e Intangibles)
 Orientación a la Riqueza (Estrategia a Medio Plazo)

2.2 NUESTRA METODOLOGÍA: ‘APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL’

2.2.1 AUTOCONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL

Al entrar a trabajar en la empresa de nuestro cliente, nuestra primera fase se denomina ‘Autoconocimiento Organizacional’. Y consiste en realizar un exhaustivo análisis (por medio de encuestas anónimas y entrevistas específicas) para determinar la situación actual de la compañía. Este estudio contemplará los tres niveles de la organización (alta dirección, mandos intermedios y *staff*), así como las tres dimensiones en las que estos operan: personal, relacional y cultural. Así podremos conocer y comprender más en profundidad el funcionamiento y los resultados que está cosechando la compañía, detectando sus áreas de mejora y cómo éstas se pueden transformar.

Una vez ordenada y estudiada toda la información tangible (cuantitativa) e intangible (cualitativa), nuestro consultor realizará el informe de ‘Autoconocimiento Organizacional’. En este documento se detallará, a modo de conclusión, cómo se percibe el funcionamiento de la compañía desde cada uno de los tres niveles de la organización: alta dirección, mandos intermedios y *staff*. También se expondrá que paradigma rige las tres dimensiones en las que estos operan (personal, relacional y cultural), explicando el impacto que éste está teniendo sobre todos los profesionales que componen la compañía y, en consecuencia, sobre los resultados económicos que está cosechando la organización. Este informe contará con datos y porcentajes extraídos de las encuestas que reflejen de forma cuantitativa la dimensión intangible y cualitativa de la empresa. En paralelo, también se aportarán algunas de las conclusiones más llamativas obtenidas por medio de las entrevistas específicas.

2.2.2 DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Una vez presentado el informe de ‘Autoconocimiento Organizacional’ comienza la segunda fase de nuestra metodología: el ‘Desarrollo Organizacional’. Al verificar en qué punto se encuentra la empresa, nuestro consultor trabaja en estrecha colaboración con nuestro cliente para definir la situación óptima a la que se pretende llegar. El objetivo es trazar un plan de acción que promueva de forma voluntaria el desarrollo personal de todos los empleados, potenciando especialmente su manera de comunicarse y relacionarse. Para lograrlo, el consultor cuenta con una red de expertos, facilitadores, e instructores en el ámbito del ‘Desarrollo Organizacional’, que prestarán sus servicios con la finalidad de que todos los individuos que conforman la empresa dejen de funcionar según el sistema de creencias del ‘Viejo Paradigma Organizacional’ y empiecen a hacerlo según la perspectiva del ‘Nuevo Paradigma Organizacional’.

Una vez matizado y validado el plan de acción –tanto por nuestro interlocutor como por nuestro consultor–, comienza la fase de ejecución e implementación del ‘Desarrollo Organizacional’. Ésta consiste en coordinar una serie de acciones formativas que posibiliten cambiar el paradigma de la manera en la que se viven los tres niveles de la empresa (alta dirección, mandos intermedios y *staff*), teniendo en cuenta las tres dimensiones en las que estos operan: personal, relacional y cultural. Toda esta formación a medida es esencialmente práctica: promueve experiencias que eleven el nivel de comprensión y de consciencia de los empleados, de manera que aprendan a ser más competentes emocionalmente en la gestión emocional de sí mismos.

Una vez concluido el plan de ‘Desarrollo Organizacional’ se medirán los resultados obtenidos. Para ello, realizaremos una nueva encuesta, en este caso de ‘Aprendizaje Organizacional’, así como entrevistas específicas a diferentes profesionales de la empresa. Este proceso de medición se centrará, sobretodo, en los aspectos intangibles y cualitativos de la organización, determinando a través de un informe el impacto real que ha tenido todo este proceso de cambio y transformación en nuestra empresa cliente.

2.2.3 LIDERAZGO ORGANIZACIONAL

Tras pasar por la fase de ‘Autoconocimiento Organizacional’ y la de ‘Desarrollo Organizacional’, algunos directores generales conectan con una necesidad trascendente, que les lleva incluso a reformular su estrategia de negocio. No es más que una llamada a crear valor a través de sus valores intrínsecamente humanos. No obstante, al haber aprendido a liderarse internamente a sí mismas, están preparadas para asumir un nuevo y mayor compromiso: descubrir su verdadero ‘Propósito Organizacional’. Es decir, ir

más allá de su ‘Egocentrismo Organizacional’ –que les lleva a moverse solamente por el propio interés y el afán de lucro en el corto plazo– para poder alinearse con su verdadera razón de ser: el bien común.

Al igual que las otras fases, el ‘Liderazgo Organizacional’ no puede imponerse. Es una invitación para todos aquellos líderes que sientan la necesidad de descubrir y de alinearse con su propósito en la vida. Y es que el sentido de nuestra existencia no sólo alude a la manera en la que nos “sentimos”, sino también a la “dirección” que decidimos darle. Así, no es casual discernir que los verdaderos líderes siempre dedican sus vidas al servicio de los demás, reformulando sus proyectos empresariales de manera que puedan beneficiar realmente a la sociedad.

En esta fase del proceso, nuestro compromiso se centra en acompañar a la empresa para que reformule estratégicamente su modelo de negocio, alineando sus decisiones y acciones con sus valores. Y se hace en base a una serie de preguntas, cuyas respuestas marcan la dirección a la que se dirige la compañía: ¿para qué quiero que sirva mi organización? ¿Qué sentido quiero que tenga la empresa que dirijo? ¿Cuál es el legado que queremos dejar a la sociedad? Inspirada por la perspectiva postmaterialista que promueve el ‘Nuevo Paradigma Organizacional’, la empresa interioriza que para orientarse al bien común el principal objetivo ha de ser generar verdadera riqueza para la sociedad, comprendiendo que el lucro y los beneficios son la consecuencia de dicha contribución. De esta manera es como la organización crece y se desarrolla en un marco de ‘Abundancia Económica Sostenible’, ofreciendo productos y servicios necesarios y beneficios para la sociedad, cuyo proceso de elaboración está alineado con el bienestar de los empleados y el respeto por el medioambiente.

Con la finalidad de completar este proceso de ‘Aprendizaje Organizacional’, posibilitando que este cambio de paradigma permanezca y siga evolucionando con el paso del tiempo, ofrecemos, en paralelo, crear una nueva posición ejecutiva: el director de cultura organizacional, cuya misión es seguir acompañando a la empresa en su constante proceso de ‘Aprendizaje Organizacional’. Y es que no estamos interesados en dar peces a nuestros clientes, sino en enseñarles a pescar.

3. QUIÉNES SOMOS

Somos un grupo de profesionales con experiencia tanto en el mundo empresarial como académico que hemos pasado por un proceso individual de autoconocimiento y desarrollo personal, dando como resultado el descubrimiento de nuestra vocación.

3.1 CONSEJO ASESOR

Detrás de este proyecto, contamos con un equipo asesor compuesto por un grupo de 13 personas cuyo denominador común es la calidad humana y el reconocimiento profesional. Avalados y guiados por su experiencia, aprendemos cada día a servir mejor a nuestras empresas clientes. Nuestro consejo asesor está formado por:

- Francisco Martín Frías**, presidente de MRW
- Ignacio Orce**, presidente de Asistencia Sanitaria Colegial
- Joan Antoni Melé**, subdirector de Triodos Bank
- Gonzalo Bernardos**, vicerrector de Economía de la Universidad de Barcelona (UB)
- Chisco Olascoaga**, presidente de Entel
- Diego Sánchez**, presidente de Diesa Restauración
- Jorge Díez-Ticio**, director de recursos humanos de DKV Seguros

- Patricia Mir**, directora de personas y valores del Grupo Intercom
- Gonzalo Salsas**, director general en España de NTT Europe Online
- Pilar Jericó**, socia de Innopersonas y experta en management
- Antonio Jorge Larruy**, fundador de Espacio Interior y experto en autoconocimiento
- Herminia Gomà**, directora del Máster en Coaching y Liderazgo Personal de la UB
- Salvador García**, presidente de Consultores sin Fronteras

3.2 SOCIOS FUNDADORES

Borja Vilaseca. Como periodista y divulgador se ha especializado en temas de autoconocimiento, responsabilidad personal, liderazgo en valores, aprendizaje organizacional y economía consciente. Cuenta con el título de Máster en Coaching y Liderazgo Personal de la Universidad de Barcelona. Entre otras publicaciones, colabora en *El País Semanal (EPS)* y el suplemento económico *Negocios*, ambos de *El País*. También es el creador del Máster en Desarrollo Personal y Liderazgo de la Facultad de Economía de la Universidad de Barcelona, que dirige desde 2009. Como escritor, ha publicado los libros *Encantado de conocermé. Comprende tu personalidad a través del Eneagrama* (Plataforma, 2008) y *El Principito se pone la corbata* (Temas de Hoy, 2010) y *El sinsentido común* (Temas de Hoy). Actualmente es profesor en Porta22 (Barcelona Activa), en la Fundació Àmbit y en diferentes másteres de Coaching e Inteligencia Emocional.

Marc Singer. Executive MBA por el IESE; Licenciado en Gestión y Dirección de Empresas por la University of Lincolnshire (UK); Máster en Dirección de Recursos Humanos en EAE. Apasionado por contribuir al desarrollo del potencial de las personas, en los últimos años ha especializado en el ámbito del Coaching. Como directivo, su carrera profesional comenzó a una edad muy temprana. Primero, embarcándose en la dirección comercial de Sebago y, más tarde, en la dirección general de la multinacional VANS, creando la filial española de la firma. Tras 10 años de experiencia en puestos de alta dirección, sintió una necesidad de cambio profundo, inspirado por una fuerte demanda de autenticidad y vocación de servicio.

Josep Burcet. MBA por el Instituto de Empresa (IE). Licenciado en Derecho por la Universitat de Girona (UdG). Master en Desarrollo Personal y Liderazgo por la Universitat de Barcelona (UB) y Executive Coaching for Changing por ESADE. Atesora más de quince años de experiencia profesional en multinacionales de reconocido prestigio como Braun Española, Gillette Group y Gallina Blanca Star. Experto en mercados nacionales e internacionales tanto en las áreas de marketing como ventas. Cuenta con amplia experiencia en la gestión, dirección y liderazgo de equipos de alto rendimiento. Su pasión se ha centrado en los últimos años en el desarrollo competencial de directivos, acompañándolos en su proceso de mejora y crecimiento tanto profesional como personal. Actualmente compagina sus funciones en Koerentia con actividades directivas.

Víctor Gay Zaragoza. Consultor especialista en la dimensión humana de la empresa, a lo largo de su carrera profesional ha trabajado y colaborado para empresas como Accenture, Unilever, Heineken, Epson y Barry Callebaut, entre otras. Licenciado en Empresa Internacional por la Universitat Pompeu Fabra, Master Practitioner en Programación Neurolingüística (PNL) por el Institut Gestalt es también experto en el eneagrama de la personalidad. Profesor del Master en Desarrollo Personal y Liderazgo

de la Universidad de Barcelona (UB), también es autor de los libros *Filosofía Rebelde* (Kairós) y *50 libros que cambiarán tu vida* (Alienta).

3.3 EQUIPO DE COLABORADORES

Para ofrecer los mejores servicios a nuestras empresas clientes contamos con los mejores expertos en el ámbito del autoconocimiento, la responsabilidad profesional, el liderazgo en valores y el cambio de cultura organizacional. Todos ellos aman lo que hacen y hacen lo que aman, inspirando primeramente a través de su propio ejemplo. Entre otros profesionales, este equipo de especialistas está formado por:

- Ana Guiu**, consultora en desarrollo organizacional y executive coach
- Ioan Ani-Ragolta**, experto en comunicación y PNL
- Xavier Guix**, psicólogo y experto en comunicación organizacional
- Miriam Subirana**, experta de autoconocimiento y desarrollo personal
- Enrique Simó**, coach y experto en inteligencia emocional
- Javier Marigorta**, experto en cambio de cultura organizacional
- Víctor Ángel**, consultor y profesor de yoga
- Herminia Gomà**, experta en coaching directivo y liderazgo organizacional
- Meritxell Obiols**, experta en liderazgo y valores
- Baldi Figueras**, coach y formador en desarrollo personal y organizacional
- Salvador García**, experto en dirección por valores
- Antonio Jorge Larruy**, fundador de Espacio Interior y experto en autoconocimiento
- Víctor Koppers**, experto en autoliderazgo, compromiso y motivación

Por último, señalar que Koerentia está inspirada en *El Principito se pone la corbata*, de Borja Vilaseca, y vinculada muy estrechamente al Máster en Desarrollo Personal y Liderazgo de la Facultad de Economía de la Universidad de Barcelona.

«Una obra ligada y valiente. Este libro lo tiene todo: es bello, ameno, revelador, necesario y transformador. Un gran regalo. Gracias, Borja.»
ÁLEX ROVIRA

El Principito
se pone la corbata

Una fábula sobre crecimiento personal para
redescubrir lo que de verdad importa



BORJA VILASECA

,



Para más información:

Víctor Gay Zaragoza vgayzaragoza@koerentia.com
605302699 www.koerentia.com