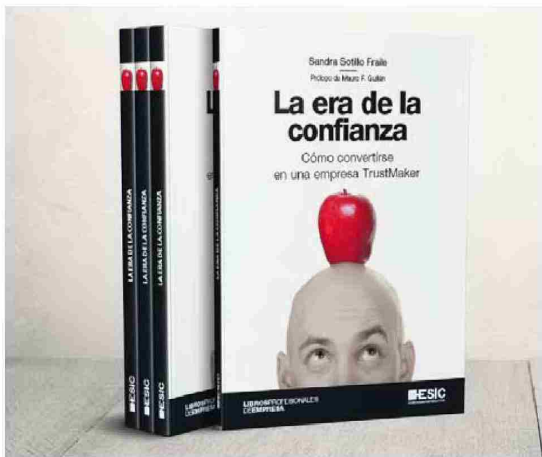


Tirada: 14896	Executive LA REVISTA DEL LIDERAZGO, LA GESTIÓN Y LA TOMA DE DECISIONES	Superficie: 564 cm²	Ocupación: 90.43%
Difusión: 13201			
(O.J.D)	Nacional	Mensual	Valor:
Audiencia: 46203	Economía		Página: 66
Ref: 12696495	1 ^a Edición	24/06/2021	1 / 1

Lectura recomendada

Cómo gestionar, medir y mimar la confianza

📖 *Un viaje didáctico que proporciona inspiración y metodologías para que directivos y equipos adecuen sus negocios a la nueva era de la confianza* 📖



En el futuro inmediato, líderes y empresas serán confiables o no serán. *La era de la confianza*, editado por ESIC Editorial, aporta las claves para transformarse y anticiparse en un contexto marcado por una nueva concepción de éxito empresarial, basada en el comportamiento ético y en la generación de valor compartido.

Mediante evidencias y casos prácticos de más de 30 empresas de referencia, la autora sumerge al lector en un viaje didáctico, proporcionando inspiración y metodologías para que directivos y equipos adecuen sus negocios a la nueva era de la confianza.

Con una aproximación pragmática, su autora Sandra Sotillo Fraile, cofundadora y directora ejecutiva de la consultora *TrustMaker*, comparte varias pautas para crear valor para el negocio desde activos aún hoy infrutilizados en muchas organizaciones, como el propósito, la reputación, las relaciones o la cultura.

Como explica Sotillo: “La confianza se ha convertido en el ‘grial’ de las organizaciones. En el gran maná, que todos saben necesitar, pero pocos aciertan a entender dónde buscar o cómo encontrar”. Lamentablemente, el contexto

tampoco ayuda a clarificar esa búsqueda. “Vivimos en un mundo volátil –afirma Sotillo– en el que el cambio vertiginoso mueve el suelo bajo nuestros pies. Esto hace que no estemos seguros de casi nada y desconfiemos de casi todo. Sin embargo, los humanos queremos confiar. Necesitamos confiar, ya que sin confianza nuestra toma de decisiones diaria se convierte en algo complejo y arriesgado que nos llevaría a una parálisis total. Esta desconfianza no es buena para las empresas. Retrasa los acuerdos, bloquea las decisiones, produce relaciones débiles, estériles e inestables y paraliza los mercados. Cuando una empresa pierde la confianza de sus clientes, inversores, proveedores o empleados, entra en una espiral negativa que puede acabar con el negocio si no se actúa a tiempo”.

Mauro Guillén, decano entrante en la Cambridge Judge Business School y prologuista de la obra, va un poco más allá: “Me atrevo a aseverar que sin confianza la economía de mercado y el principio de la libre empresa no habrían generado durante los últimos dos siglos los niveles de bienestar socioeconómico que hemos alcanzado en una parte del mundo cada vez mayor. Sin confianza, los costes de verificar las intenciones de cada persona en cada momento de una transacción serían tan elevados que sofocarían a la actividad económica”.

El prologuista también destaca la doble dimensión de la obra, inspiradora y práctica, pues representa una guía con los pasos detallados para “manufacturar la confianza”●

