

# HABLEMOS DE TALENTO

JUEVES 6 DE DICIEMBRE DE 2007

## El manifiesto vikingo

Hoy, día de la Constitución, he tenido la oportunidad de leer uno de los mejores libros del año, **El manifiesto vikingo** de Steve Strid y Claes Andréasson (ed. Alienta).

La tesis es simple: empresas como IKEA, LEGO, Absolut, Volvo, H&M, Ericsson, Electrolux, SAAB, ABB, Skandia, SCA o Astra Zeneca comparten el “manifiesto vikingo”, una filosofía enraizada aunque no escrita (hasta ahora). Con apenas 20 millones de personas entre Suecia, Noruega, Dinamarca e Islandia, suponen el 0’3% de la población mundial y el 3% de las exportaciones. El manifiesto, que muestra como ejemplo la marca de vodka Absolut (la tercera bebida alcohólica más vendida del mundo), consta de 50 “principios” en dos bloques:

### A. Marketing:

1. *Si preferirías estar haciendo otra cosa, hazla:* Para los vikingos, lo peor era morir de viejo sin cumplir sus sueños. Su paraíso (el Valhalla) era la recompensa por el valor mostrado en la tierra.
2. *Invadir con una buena idea:* Si es mínimamente original, hay que luchar a muerte para conseguir que alguien la tenga en cuenta.
3. *Los visionarios a veces miran hacia atrás:* “Ten en cuenta el pasado si quieres lograr originalidad” (Elinar Benediktsson, poeta islandés).
4. *Cambiar, claro, pero en el fondo no.* Una marca se desarrolla como una persona. La dedicación y la meta consiguen encontrarse.
5. *Unas palabras antes de zarpar: aprender los rudimentos.* Ser creativo, ser osado, ser paciente. “El método vikingo consiste en mejorar la calidad de vida, devolviéndole el sentido de aventura a la empresa y a la cultura corporativa y haciendo que valga la pena.
6. *Planea el ataque.* Prepara tus armas, tu mente y tu corazón.
7. *Utiliza tu debilidad en beneficio propio.* Por ejemplo, el hotel de hielo de Jukkarsjärvi.
8. *Decídate por un dios.* Como la seguridad (Volvo).
9. *Piensa pequeño pero contempla el panorama a lo grande.* Así lo hizo hace 100 años Lars Magnus Ericsson con el teléfono de Gram. Bell.
10. *Piensa a lo grande, pero descubre la rendija para entrar.* Dinamarca es el primer exportador de semen humano, a través de bancos de semen como el Cryos Internacional.
11. *Incluso en una guerra de palabras, las acciones valen más.* La aventura del Kon-Tiki (1947) de Thor Heyerdahl.
12. *Gana dinero con el sufrimiento, la pobreza y la desesperación.* El Premio Nobel de la Paz para Muhammad Yunus, creador del Graneen Bank. “Una idea, una marca y un deseo de beneficio mutuo. El resto son matemáticas”.
13. *Gana dinero con la decencia humana.* Los Premios en honor a Alfred Nobel, desde 1895.
14. *Sé humilde y grosero (o no arrogante y educado).* “La creatividad

ARCHIVO DEL BLOG

▼ 2007 (110)

▼ diciembre (15)

Tres temas apasionantes

Deià, un lugar especial para el espíritu

Coaching de equipo

Innovación y productividad

Reencontro con Marina

Liderazgos sociales, liderazgos políticos

El marketing, según sus apóstoles

Lovemarks

Diferentes opiniones

El manifiesto vikingo

Los 100 primeros días

Los gurús suecos

El Liderazgo, nada más y nada menos

Cuando jubilamos a Pareto

Bee movie

▶ noviembre (30)

▶ octubre (31)

▶ septiembre (31)

▶ agosto (3)

DATOS PERSONALES



JUAN CARLOS CUBEIRO

Director de Eurotalent -  
Consultor, Coach,  
Conferenciante y  
Escritor.

VER TODO MI PERFIL

---

14. *Se humilde y grosero (y no arrogante y caudado).* La creatividad se ahoga con la arrogancia y las ideas preconcebidas. Sé humilde siempre.” Eres vikingo 4 días a la semana: Tuesday (de Tyr, dios de la guerra), Wednesday (de Odín), Thursday (de Thor, el dios del trueno) y Friday (de Freyja, la mujer de Odín, diosa del amor y la belleza).

15. *Adopta un grupo objetivo: la gente como a ti te gusta o la gente como tú.* El target eres tú mismo, por tu compromiso emocional.

16. *Gana dinero regalando cosas.* Como Google, Skype (uno de sus fundadores es sueco) o YouTube. “La nueva infraestructura mental para el siglo XXI se basa en poder comunicar y encontrar información sin esfuerzo”.

17. *Empieza innovador, sé fiel a tus principios y cambia.* El ejemplo de LEGO, el 6º fabricante de juguetes del mundo. Desde las naves vikingas (que usaban la veta de la madera), es clave el diseño.

18. *Mézclate haciéndote ver.* Como Metro (el periódico gratuito que salió en Estocolmo en 1995), el 3º tras dos de la India.

19. *Aprende las nuevas matemáticas.* “Muchas veces la mejor matemática es la filosofía”. Por ejemplo, Röde Örm, del sueco Frans G. Bengtsson, una mezcla entre Yo, Claudio y Monty Python.

20. *Perfecciona el producto.* En lugar de “escuchar al mercado”, mejorarlo. “En el interior de todos hay siempre un deseo de honradez y calidad”.

21. *Si tu producto es malísimo, gástate el dinero del marketing en el producto.* “Un producto malo es difícil de vender”.

22. *Hay millones de productos pero sólo dos marcas: sé las dos.* “Todas las marcas se condensan en dos conceptos emocionales: sentido y diversión”. El contenido total de ambos determina “el poder de la marca”. Su proporción, “la personalidad de la marca”.

23. *La competencia es una consideración secundaria.* En un mundo despiadado, a menudo no sale ganando nadie. A los niños escandinavos se les anima a trabajar en equipo.

24. *Las herramientas siguen siendo las mismas.* Espadas, barcos, escudos y lanzas. El estilo vikingo consiste en usar lo que tienes de otra manera.

25. *La publicidad no funciona y por qué eso es bueno.* “Cuanto mejor es la historia, menos tienes que gastarte en medios”.

26. *Ahora una buena historia vale muchos millones más que antes.* “El señor de los anillos” está inspirado en la mitología escandinava.

27. *Zen vikingo.* El ejemplo de Patagonia (donó el 10% de sus beneficios a movimientos ecologistas) o de Absolut. “Una buena historia no se puede guardar en secreto”.

28. *Ve contra el tipo.* ¿La música favorita de Nelson Mandela? El grupo ABBA. “El mundo es un lugar extraño”.

29. *Utiliza la educación como marketing.* ¿Ejemplo? La Absolut Akademi, con más de 100.000 alumnos.

**B. Cultura Corporativa:** La “ética vikinga”: trabajo duro, ganancias mutuas, creatividad y trabajo en equipo.

30. *Pillaje, saqueo y otros valores familiares.* Los países escandinavos son democracias parlamentarias con un bajo índice de delincuencia, un nivel de vida altísimo y un bienestar social progresivo.

31. *¿Quién manda aquí?* Una sociedad de personas iguales. La democracia es un buen negocio.

32. *Aprender a equivocarse bien.* El caso del saqueo de París en 845 por Ragnar Lodbrok y del Mediterráneo por su hijo Björn en 859.

33. *Los problemas son los mejores amigos de un directivo.* El nacimiento de IKEA y el boicot por los proveedores suecos permitió su salida al exterior. “¿Quién sabe lo que los problemas pueden hacer por ti?”

34. *Pon Berserkers al frente de tus naves (pero no les dejes el timón).*

- Son los guerreros, locos furiosos. Pero no deben gobernar la nave.
35. *Pon la violencia en perspectiva y sácala de tu negocio.* “A los vikingos les costó varios siglos darse cuenta de que la violencia no es buen negocio”.
36. *Entérate: la esclavitud es una pesadilla administrativa.* “Los costes laborales son sólo una pequeña parte de la ecuación. Hay otros tres factores a considerar: la marca, la tecnología y el grupo objetivo”.
37. *Dale poder a tus mujeres.* Las vikingas tienen derecho a la herencia desde el año 400. “La igualdad y la democracia son herramientas esenciales para el éxito de cualquier empresa”. Según el Índice de Desarrollo Comercial (TDI) de la UNCTAD (Naciones Unidas), Dinamarca, Suecia y Noruega son 1ª, 4ª y 5ª, con USA y UK en 2º y 3º lugar. El 47% del Parlamento sueco son mujeres.
38. *La competencia es absurda.* Alfie Kohn (en su libro *No contest*) demostró que los niños aprenden mejor trabajando juntos que compitiendo entre sí. Distintos estudios demuestran que la cooperación es más rentable. Los vikingos lo sabían hace 1.000 años
39. *Si consigues motivar olvídate de la recompensa y el castigo.* Son inefectivos. “El mejor motivador es un entorno laboral democrático y solidario”. Según Alfie Kohn (esta vez en su obra *Punished by rewards*), para la motivación: elección, colaboración y contenido.
40. *Las palabras son baratas, pero todavía demasiado caras.* “Di cosas inteligentes o calla (del “Hamaval”). “Los vikingos eran grandes narradores, pero tenían poca paciencia con la palabrería”.
41. *Resucita el arte de tomar decisiones.* “Tenemos más información, pero menos referencias para evaluarla”.
42. *Mantén a la gente honrada.* “La clave para todas las relaciones es la ganancia mutua”.
43. *Plagia al plagiador –Idea original digna de ser copiada.* El estilo vikingo sustituye los costes legales y la frustración por una venganza mejor: la justicia poética.
44. *Pon a los abogados en el último barco.* Son un mal necesario para protegerte del mal innecesario. “Deben mantenerse lejos de la sala de juntas, de las reuniones de marketing y en el polo opuesto de cualquier cosa creativa.”
45. *Utiliza la contabilidad creativa para un mundo mejor.* Como el Plan Marshall (13.000 M \$): el PIB de los países europeos creció un 15-25% y benefició en términos comerciales a Estados Unidos. Es mejor dar que recibir. Y más rentable.
46. *La controversia es fantástica, si tienes razón.* “Un poco de controversia debería ser el santo grial de una empresa que quiere transmitir su mensaje”.
47. *Replántate el dinero.* “Una de los mejores maneras de tener éxito es dejar de pensar en el dinero”. Como Ingvar Kamprad, fundador de IKEA (22.500 M \$ en ventas, 237 tiendas, 500 M de visitantes): el dinero no es la motivación. “Trabaja duro, gana más de lo que gastas, no compres cosas que no puedes pagar, reinvierte, produce calidad, ten algo que decir y ayuda a que el mundo sea un poco mejor”. Tan válido hoy como hace 1.000 años.
48. *Dos formas de enfrentarse a la crisis: proactiva o caniche.* “Hacer un caniche completo” es una expresión del noruego Pal Jebsen, director de Burson-Marsteller en Suecia, que recogió el Financial Times. Echarse sobre la espalda, levantar las patas y decir: “lo siento”. Como Hugh Grant tras ser pillado con una prostituta de Hollywood.
49. *Tómate los estudios de marketing con una pizca de sal.* “Dan seguridad, sí, pero a expensas de la innovación. Escuchar demasiado a los demás puede asfixiar tu propia voz interior. Muy pocas de las grandes innovaciones de nuestro tiempo, si es que hay alguna, han tenido su origen en alguna clase de estudio formal”.
50. *No dejes la suerte al azar.* “Cuanto más duramente trabajes, cuantas más veces fracases, cuantas más variaciones pruebes, más

suerte tendrás. Cuando alguien te diga que tienes una probabilidad entre un millón de tener éxito, sonríe y basta. Las probabilidades de que nacieras eran billones contra una. Un millón contra una no está nada mal”.

Un libro brillantísimo, interesantísimo, altamente recomendable. He visto además *Mr. Brooks*, con Kevin Costner, Demi Moore y William Hurt. Inquietante. Me ha gustado mucho y me ha hecho pensar: una película sobre la adicción (en este caso, a asesinar) de un hombre de negocios, “el hombre del año” para la Cámara de Comercio. Me quedo con una frase: “el que es bueno en lo suyo no necesita reconocimiento”. ¿O sí?

PUBLICADO POR JUAN CARLOS CUBEIRO EN 9:45

---

## o COMENTARIOS:

[Publicar un comentario en la entrada](#)

[Entrada más reciente](#)

[Página principal](#)

[Entradas antiguas](#)

Suscribirse a: [Enviar comentarios \(Atom\)](#)