

Make Strategy

Management • Acción • Know how • Estrategia

¿Qué es un THINKING PARTNER?

Es una persona que, como su nombre lo indica, “ayuda a pensar”, a mirar el negocio desde otra perspectiva y a hacerse preguntas que hasta ahora no nos habíamos hecho.

¿Para qué sirve?

Normalmente, la vorágine del negocio hace difícil tomar distancia. Absorbidos por el día a día, concentramos nuestros esfuerzos en lo urgente y descuidamos lo importante. El Thinking Partner está allí para ayudarnos a hacer una pausa, y recuperar esa visión transformadora y ese espíritu pionero que nuestro negocio tuvo desde un comienzo.

¿Que resultados pueden esperarse de su intervención?

Si bien los resultados dependerán mucho de cada situación y de la cultura de cada empresa, la intervención de un Thinking Partner suele producir, a mediano plazo, modificaciones profundas en la estructura del negocio. Optimización de procesos, reducción de costos, reformulación de equipos de trabajo, apertura de nuevas líneas de negocios o abordaje de nuevos mercados suelen ser resultados de la intervención directa y comprometida de un Thinking Partner.

¿Cómo son sus intervenciones?

El Thinking Partner suele comenzar su tarea con el CEO o Director de la empresa y continuarla con el resto de los miembros de los equipos. Es decir que es una persona capaz de integrarse a la realidad de la empresa de manera armónica y establecer relaciones de empatía con todos los colaboradores, independientemente de sus rangos y responsabilidades. De este modo, obtiene un conocimiento de primera mano de la realidad de la empresa, fundamental para elaborar un diagnóstico preciso y sugerir un plan de acción razonable y al alcance de la organización.

¿Quién puede ser un buen Thinking Partner?

Un buen Thinking Partner tiene, en general, una mezcla especial de formación académica, experiencia en la gestión y conocimiento directo de los mercados y los procesos organizacionales. Por eso, el Thinking Partner es una persona que “ya estuvo ahí”. No solo ha estudiado y sigue de cerca la evolución de las tendencias del Management, sino que conoce además, de primera mano, las dificultades habituales de la gestión. Conoce, en otras palabras, todas esas cosas que los libros no cuentan.