

acción empresarial

Carlos Herreros propone estimular la felicidad, la participación creativa y el diálogo sincero dentro de los equipos. Con prólogo de José María Gasalla.

#NEURO- MANAGEMENT



«Gracias a este libro, el cerebro es un poco menos misterioso».
José María Gasalla, prologuista de la obra

Autor: **Carlos Herreros** • Editorial: **LID Editorial Empresarial** • Colección: **Acción Empresarial** • ISBN: **9788483566763** • Precio: **19,90 euros** • Formato en centímetros: **15x22 cm** • Encuadernación: **Rústica** • Número de páginas: **264**

El autor

Carlos Herreros es socio de HFC Consultores de Gestión y desde hace una década ejerce como *coach* y formador difundiendo la psicología positiva, es decir, ayudando a descubrir cómo son las organizaciones y las personas que intentan buscar la felicidad y la resiliencia. Es miembro acreditado de Association for Professional Coaching and Supervision, de la Asociación Española de Contabilidad y Administración (AECA) y del Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España. Asimismo es decano honorario de Santander Business School, miembro fundador de la Asociación Española de Coaching y de Consultoría de Procesos. Fue becario de la Fundación Fulbright Salzburg Seminar in American Studies.



Índice

Prólogo de José María Gasalla

Primera parte. Management y cerebro

Introducción

1. Una explicación evolutiva del management
2. La corrupción del management
3. ¿Y la felicidad?
4. El futuro del trabajo según Lynda Gratton
5. Retos y oportunidades

El comienzo y el final del management

1. El gran servicio que la gestión empresarial ha prestado a la humanidad
2. Consciencia y complejidad social en los últimos 100 años
3. Una mirada apreciativa al management actual nos ayudará a cambiar a otro más acorde con nuestro estado mental actual
4. El management desde un punto de vista evolutivo
5. El modelo de management vigente nos proporciona la energía para cambiarlo

Las críticas al modelo actual del management

1. Henry Mintzberg
2. Gary Hamel

Neurociencia y management

1. El cerebro empresarial
2. El cambio es doloroso
3. El conductismo no funciona
4. Se sobrevalora el humanismo
5. Focalización es poder
6. Las expectativas conforman la realidad
7. La densidad de la atención conforma la identidad
8. Cambio consciente en la práctica
9. Neurociencia y cambio

El cerebro de los instintos

1. Los instintos e impulsos, indicadores fiables del management
2. Casos prácticos que explican el funcionamiento concreto de los cuatro instintos

El cerebro de los memes

1. Los memes
2. ¿Cómo se nos programa?

¿Es el management un memplex?

Segunda parte. Ideas prácticas para cambiar el management desde la neurociencia

El estrés

1. Ejercicio práctico estrés/memes

Atención, amenazas y recompensas

1. El estatus y sus descontentos
2. Ansias de certidumbre
3. El factor de autonomía
4. En relación con la relación
5. Justicia, juego limpio
6. Ponerse el SCARF. Gestionar con el cerebro
7. Atención

La neurociencia de la atención

El modelo SCARF y los cuatro instintos básicos

1. Estatus y el instinto de adquirir
2. El instinto de vinculación y las necesidades de relación y de justicia, es decir las R y F del modelo de Rock
3. El instinto de aprender/comprender y la C (certidumbre) de Rock
4. El instinto de defender y el modelo SCARF
5. La atención del modelo SCARF y los cuatro instintos
6. Trastorno de déficit de atención de los directivos
7. Caso: los high potencial
8. ¿A qué tenemos que prestar atención en las organizaciones?
9. Resumen de las reglas para mejorar la atención
10. Memes, modelos mentales y resiliencia
11. Atención a lo positivo más que a lo negativo. El contagio (neuronas espejo)
12. El líder bien sintonizado.
13. Disparar las neuronas sociales

Los memes del management

1. Memplexes o conjunto de memes
2. Repetición
3. La chispa del interés
4. El meme premortem
5. Supervivencia

Notas



La obra

Con las investigaciones que se han desarrollado a lo largo de los años disponemos de gran cantidad de información sobre nuestro cerebro como para poder mejorar el funcionamiento de nuestros sistemas sociales y, principalmente, en el mundo de las organizaciones. Sin embargo, y a pesar de los conocimientos a nuestro alcance, vemos cómo las organizaciones siguen estancadas en las formas de hacer y de comportarse dificultando la eficiencia e impidiendo la felicidad de gran parte de sus integrantes. Este anclaje resulta contraproducente para alcanzar términos como la felicidad, la motivación y la participación en el desempeño del trabajo.

Cambiar nuestro comportamiento es difícil; aún más lo es cambiar el de otras personas; y todavía más el de las organizaciones que, independientemente de su naturaleza, están sometidas a cambios radicales y sin un cuerpo de saber que explique cómo funcionan de verdad los cambios. Sin embargo, en este ámbito, está surgiendo una ciencia que ofrece una nueva visión sobre los cambios, una ciencia que viene del estudio de la mente, del cerebro humano, de las percepciones, visiones, aprendizajes y hábitos, resolución de problemas y toma de decisiones.

Del poder de la neurociencia parte **Carlos Herreros** en una obra que refleja cómo las organizaciones pueden beneficiarse de una ciencia aún emergente: el *neuromanagement*.

¿Cómo pueden beneficiarse las empresas de la neurociencia?

- Consiguiendo que los líderes y directivos focalicen toda su atención.
- Mejorando la comprensión de los ingredientes activos del cambio por parte de los integrantes de la organización.
- Ayudando a los ejecutivos para que sean más eficaces en el día a día. La neurociencia presenta percepciones profundas que facilitan ser más eficaz en el puesto de trabajo. Algunas de ellas son:
 - La atención es el recurso más importante, pero el más limitado, y por ello ha de ser cuidada y guardada.
 - La mente puede cambiar el cerebro por medio de la atención continua y centralizada.
 - Nuestro cerebro no consciente tiene mucha importancia para la resolución de problemas y tiene mayor capacidad para procesar que nuestra mente consciente.
 - Son muchas las cuestiones o materias que generan en el cerebro ruido que influye de manera poderosa en nuestras mentes conscientes.
 - El cerebro trabaja mejor cuando nuestra mente está tranquila de forma que podemos focalizarnos en diferentes niveles.
 - Un estrés por encima del nivel básico afecta a la calidad de nuestra atención, porque aumenta el ruido en el cerebro.

Además de ahondar en la búsqueda del rendimiento de las neurociencias a nivel empresarial, a lo largo de **#Neuromanagement** el autor hace referencias al mundo de la empresa, la educación, la antropología, la psicología, la biología, la medicina y la neurología entre otros muchos campos cuestionando no solo modelos de *management* sino educativos y comportamentales siendo un gran escaparate de autores del *management*, como Taylor, Peters, Drucker... Y de los investigadores más actuales de la neurociencia y del *neuromanagement* así como psicólogos, antropólogos y biólogos.

Management, estrategia, cerebro y ser humano son los cuatro conceptos que sintetizan una obra imprescindible para todos aquellos que están inmersos en la carrera vital profesional del *coaching*, el acompañamiento de personas y profesionales.



Para más información:
laura.diez@lideditorial.com
elisabet.saez@lideditorial.com
91 372 90 03

