

Dr. Hedda im Brahm-Droege

DIFERENCIACIÓN A TRAVÉS DEL ARTE: "EL CÓMO DEL QUÉ" - EL CONCEPTO ARTÍSTICO DE LA EMPRESA FAMILIAR DEL GRUPO DROEGE

“Arte y Economía de la Empresa” constituyen una dimensión altamente novedosa en la manera de concebir los procesos de valoración de las acciones empresariales. Y, en particular, no solo afecta a la dimensión consultora de la empresa, sino a la forma de orientar los comportamientos de las personas implicadas en los procesos empresariales. La motivación y la percepción de los problemas implícitos de la actividad organizativa y filosófica de la acción empresarial, los contenidos relacionados con las personas en los procesos empresariales. Lo que se refleja en esta contribución en cuanto afecta a la dimensión de consultoría incidiendo, no solo en el mero conocimiento técnico de los procesos, sino en lo que constituye el eje central de todo proceso de asesoramiento: la comprensión de la persona en los procesos de transformación y cambio. Esta experiencia de vincular los procesos de gestión empresarial a la persona, a través de la expresión humana del arte y su contexto de libertad, que están implícitos en el concepto mismo del arte, supone en el comportamiento de la persona: la definición de su “espacio” propio, específico, de que dispone para acometer con éxito su acción empresarial.

Mirando atrás, uno se pregunta a menudo qué fue formativo y útil. A menudo contactos con personalidades a las que uno ha tenido el privilegio de conocer y que han acompañado el camino de uno por la vida. Tuve la suerte y el placer de conocer al Prof. Dr. Dr. h.c. mult. *Horst Albach*, una personalidad tan temprana durante mis estudios en Bonn.

Durante mis estudios en Bonn y, afortunadamente, pude mantener este contacto a lo largo de los años. Tuve una posición afortunada de mantener este contacto a lo largo de los años. Además, alentó mi curiosidad por la experiencia internacional, me animó a irme al extranjero durante un periodo más largo, lo que luego me trajo a Alcalá de Henares para hacer el doctorado en Alcalá de Henares. Además del Prof. Dr. Dr. h.c. mult. *Horst Albach*, el español Prof. Dr. h.c. *Santiago García Echevarría* también desempeñó un papel especial en mi desarrollo personal y mi desarrollo profesional. Juntos, formaron una base fiable para mi formación.

Durante mis estudios, aprendí la importancia de las empresas familiares alemanas en su entorno económico y empresarial desde un punto de vista académico y lo aborden desde un punto de vista científico. En la práctica, surge una característica esencial: si quieres llegar a la cima y mantenerte en ella, necesitas una poderosa y potente diferenciación. A continuación, quisiera ilustrar cómo puede lograrse, con la ayuda de la conexión entre *gestión y el arte*. la conexión entre la *gestión empresarial* y el arte, como ilustra el ejemplo del *Grupo Droege*.

La fundación de nuestro grupo de empresas se remonta al año 1988. Ya en los primeros años de su creación, con el trasfondo antes mencionado, era extremadamente importante para nosotros desarrollar y vivir un concepto corporativo, independiente e innovador, paralelo al modelo de negocio de "*Consultoría Empresarial*" con la tarea "*Consulting is Implementation*" de entonces, con el fin de resultar atractivo, tanto para nuestros empleados como para nuestros clientes.

En los años siguientes, seguimos desarrollando el modelo de negocio del *Grupo Droege* como empresa independiente de consultoría e inversión a la luz de los dinámicos cambios del mercado. La actividad de consultoría (puesta en valor dentro de la empresa) se complementó con la competencia para realizar inversiones directas, complejas, en "situaciones especiales". El objetivo es mantener estas inversiones en la cartera a largo plazo y convertirlas en posiciones estratégicas mediante *buy & build*.

La principal ventaja -USP- competitiva del modelo de negocio reside en la combinación de conocimientos técnicos, capital y gestión de una sola fuente. Como empresa totalmente familiar, nos hemos posicionado con éxito en el mercado nacional e internacional. El Grupo Droege. está presente en 30 países y es hoy una de las mayores empresas familiares de Alemania, en el puesto 20 (www.droege-group.com).

Nuestra trayectoria de desarrollo a lo largo de los últimos 35 años se ha apoyado y conformado en una máxima

central: No limitarse a decir a la gente lo que tiene que hacer, sino mostrarle cómo hacerlo. Somos pioneros de esta filosofía orientada a la aplicación y nuestra reivindicación se expresa en el esfuerzo por alcanzar el "110% de calidad". La calidad tiene dos significados: La suma de todas las cualidades, el QUÉ, y la cualidad de todas las cualidades, el CÓMO. Comprender el CÓMO significa

- analizar la calidad (literalmente: qualitas -> el "cómo") de contextos y procesos,
- observar la estructura y regularidad específicas de una cosa en un momento dado,
- profundizar en la percepción abriendo la vista al CÓMO de la propia percepción.

Esta norma de calidad es la base de nuestros conocimientos técnicos de aplicación y un reto constante para nosotros mismos.

Tomado libremente de *Joseph Beuys*, "*toda persona es un artista*", esto se convirtió en "CÓMO en QUÉ". El lema de nuestro grupo de empresas se amplió a "Aplicación de todas las reglas del arte". El "qué", es decir, la casa de inversión y consultoría debía diferenciarse por el "cómo" según las reglas del arte. Para nuestra cultura empresarial, ésta era la idea básica de cualquier diferenciación.

Hoy, "El CÓMO del QUÉ" sirve a todos los empleados de nuestro grupo como hogar común y polo de apoyo psicológico que les da identidad, un sentido de propósito y un reto intelectual.

Desde esta perspectiva, nuestro concepto corporativo "Das WIE am WAS" se desarrolló en colaboración con el profesor Michael Bockemühl de la Universidad de Witten/Herdecke, fallecido demasiado pronto.

Cuando en el año 1997 trasladamos la sede de la oficina a la Casa David Hansemann que habíamos adquirido en Düsseldorf, fue el pistoletazo de salida para hacer visible el "CÓMO en QUÉ". Queríamos interpretar nuestras normas empresariales a través de los ojos de los artistas y hacerlas visibles. El objetivo era explicar las piedras angulares del modelo de negocio mediante posiciones artísticas (*Fixwerke*), pero también aclarar las reglas que están sujetas a cambios (*Zeitwerke*).

En el "*Zeitwerk*", el empleado individual debe tener la oportunidad, si ha contribuido al desarrollo de una norma de la empresa, de hacerla visible. En la práctica, esto significaba: El empleado recibió la financiación para

contratar a un artista que pintara "su" regla en una pared y, al mismo tiempo, pintara sobre una regla existente.

Esto generó el mayor nivel de fidelización de los empleados. Este fue el factor de éxito del crecimiento en tiempos de escasez de talento.

"*Lo que no veo, no puedo cambiarlo*": Mediante la formación en habilidades perceptivas, nuestros empleados aprenden cómo pueden aplicarse los fenómenos del arte a los problemas de nuestros proyectos de mejora del valor. "*El arte nos anima a ver*": De ahí surgen diversos estímulos que incorporamos a nuestro diseño de promociones corporativas. El arte es *percepción diseñada*. Es, por tanto, uno de los medios más eficaces para ejercitar conscientemente los sentidos en lo sensual. Ver y comprender el CÓMO es, en nuestra opinión, la mejor base para reconocer y dominar las reglas abiertas y complejas de nuestro negocio.

El arte tiene estructura, aunque experimentar y crear arte se perciba a menudo como algo libre e intuitivo. La libertad artística significa que las reglas nunca son vinculantes para un artista, sino que éste es completamente libre en su elección, a veces, incluso, desarrollando sus propias reglas específicas.

Nuestro negocio también tiene sus propias reglas. Al igual que el arte, no lo entendemos como la transmisión y aplicación de reglas en forma de procedimientos inalterables o herramientas rígidas, sino como un proceso holístico y fluido. Abrió la posibilidad de que el arte y los planteamientos artísticos resultaran fructíferos para nuestra práctica de aplicación.

Para acercar esto tanto a nuestros colegas como a los de fuera, en el año 2015 pusimos en marcha la "*Das WIE am WAS* | edición de vídeo <https://bit.ly/447sptb>". Aquí, artistas seleccionados ofrecen una visión de su obra y sus métodos de trabajo en su estudio. Esto representa otro elemento de nuestro concepto de arte vivido, al igual que los nuevos encuentros con artistas contemporáneos en la sede de nuestra empresa, la Casa David Hansemann de Düsseldorf.

Es fundamental dominar el proceso de búsqueda de normas. Las normas que se aplican al arte resultaron ser idénticas a las normas de la práctica de aplicación. Las soluciones deben adaptarse siempre al problema concreto y a la situación del cliente para lograr el efecto deseado. Para reconocer las medidas más adecuadas, nuestros expertos deben tener la capacidad de percibir la

situación de forma diferenciada, independientemente de sus conocimientos previos. Esta capacidad de percepción puede entrenarse y desarrollarse específicamente mediante impulsos procedentes del arte. Calidad en nuestro trabajo significa desarrollar y aplicar las medidas correctas y adecuadas en el momento oportuno y lograr así el mejor resultado posible. La regla para hacer realidad esta pretensión es "entregar más de lo que el cliente o socio espera, y eso significa un 110% de calidad".

Conclusión

En retrospectiva, puede decirse que el "CÓMO en QUÉ" se ha convertido en un factor clave del éxito del *Grupo Droege*. Es un generador de impulsos creativos y un instrumento al mismo tiempo.

El concepto artístico puede resumirse en la siguiente quintaesencia. La calidad

- es el contenido de la percepción,
- es el resultado de la percepción,
- es una cuestión de habilidad, no de conocimiento,
- demuestra que la habilidad viene de la práctica,
- implica que su comprensión debe practicarse.

Todo esto presupone que los sentidos practican y se desarrollan en lo sensorial, a través del CÓMO, a través del arte (ver, QUÉ y CÓMO). Esta visión se entrena y desarrolla a través de diversas actividades. El credo, vagamente basado en una cita del Fausto de Goethe, es "Considera el qué, pero más el cómo". El QUÉ se puede comprender, el CÓMO implica reconocer las reglas. Llegamos a la conclusión de que

- los que conocen las reglas tienen más posibilidades,
- se pueden aprender reglas en y a través del arte,
- y que la autocompetencia aumenta con el arte.

Se ha demostrado que, para utilizar el arte de forma eficaz para la empresa, no son necesarios conocimientos específicos por ninguna de las partes. Más bien, con la ayuda del concepto de arte, es posible utilizar la inspiración y el estímulo que ofrece el arte para ampliar las cualidades y competencias específicas de cada asignatura. Como ha quedado patente con el tiempo, esto también ha propiciado un intenso intercambio con los artistas.

Además, descubrimos que, al igual que el arte puede convertirse en un motor de desarrollo de la cultura

corporativa, al mismo tiempo, brinda a cada individuo una oportunidad real de ampliar su calidad de vida y, por tanto, su propio desarrollo.

"El CÓMO en QUÉ" se ha convertido en un punto de orientación central de la *filosofía corporativa* y de la vida cotidiana de nuestro grupo de empresas, nuestros empleados y nuestros socios. Se ha demostrado que permite una base de comunicación notable hacia el exterior de muchas formas: una diferenciación eficaz y productiva que genera un tirón de calidad. En otras palabras, una diferenciación con, sobre y a través de las artes que merezca la pena.

Para cualquiera que esté dispuesto a comprometerse con las cualidades vívidas y los valores internos del arte, la chispa del entusiasmo puede encenderse. Y cualquiera que se haya adentrado una vez en el arte con el corazón también lo encontrará en todas partes.

Esto demuestra que, sin la base de la ciencia y la voluntad de enseñar, tal concepto sería inconcebible y en ello se creó una base capaz de expandirse.

La forma científica de trabajar y los valores impartidos fueron herramientas importantes. Además, en el debate científico del Instituto del Prof. Dr. Dr. h.c. mult. *Horst Albach*, siempre hemos vivido vinculados al arte y a la cultura y nos hemos animado a participar en este debate. Me alegró especialmente que hasta el final hubiera muchas oportunidades de compartir y discutir explícitamente con él la alegría del arte.

Hoy en día, el concepto artístico "El CÓMO del QUÉ" es un elemento central de la filosofía e identificación corporativas del *Grupo Droege*.

Dr. Hedda im Brahm-Droege



Educación Escolar en Alemania y los Estados Unidos. Estudios de Economía y Derecho en la Universidad de Bonn luego Doctorado con

Prof. Dr. Dres. Horst Albach en Bonn y Prof. Dr. García Echevarría en Alcalá de Henares. Estudios de Idiomas: Inglés, Español, Francés, Italiano y Turco con estancias y prácticas en los países. Activa en diversos comités, Instituciones del Arte y en Universidades; Stiftungsrat RWTH Aachen. Empresaria, Cofundadora, Chairholder y Vice Chairman de Droege Group AG.