

Mi Decálogo



*Diez aprendizajes recogidos
(que todos deberíamos tener muy en cuenta)*

1. Lo único que podemos verdaderamente elegir es la actitud.

Aún en las peores circunstancias. Lo cual no quiere decir que sea fácil, pero sí posible, siempre. Nuestra capacidad -o incapacidad- para hacer frente a toda situación viene determinada fundamentalmente por la actitud que adoptemos. Como dijera Zig Ziglar, *tu actitud, no tu aptitud, es lo que determinará tu altitud*. A mi me gusta decir que la actitud es como el perfume: uno elige qué colonia se pone. Y al igual que el perfume, la actitud se “huele”, así como también se puede perder con el paso de las horas.. por eso es necesario renovarla.

2. Lo importante no es el qué sino el cómo.

La manera de hacer las cosas determina en buena medida el impacto que logramos. Lo vivimos todos los días en lo que decimos y hacemos y en lo que nos dicen y hacen. El cómo es lo que deja la huella. Algo especialmente importante en este siglo XXI, donde el acceso a la información, a la tecnología y al conocimiento no es un diferencial, el qué ya no es difícil de conseguir. De allí que preocupe más que nunca lo que vive y siente el consumidor o el empleado, esto es, *Customer y Employee Experience*. Los *momentos de la verdad* dependen del cómo, no tanto del qué. Lo dicen las mediciones: cuando en el avión te dicen “pollo o pasta” mirándote a los ojos y con una sonrisa, la comida es percibida como mejor y más rica que cuando te chillan, no te miran o te lanzan la bandeja. Y se trata de la misma comida.

3. En los equipos, el cómo se traduce en un concepto: sinergia.

Esto es, cuando uno más uno da un resultado mayor a dos. La sinergia es una propiedad que solo se puede dar cuando hay interacción. La clave para que el resultado que logre un equipo sea mayor o mejor que si hubiesen actuado individualmente está en cómo se relacionen sus integrantes. Una idea brillante trabajada por un equipo mediocre, muy probablemente genere un resultado mediocre, sin embargo una idea mediocre trabajada por un equipo de alto rendimiento (alta sinergia), seguramente produzca un resultado brillante.

4. El espacio donde se produce la generación de sinergia es la relación.

Debemos poner foco de atención en la relación, ese hilo invisible que nos une con los demás, que tiene rasgos y características propias. Cada relación es diferente y cada relación necesita algo diferente. Dos tipos de preguntas pueden ayudarnos a transformar la mirada y enfocar hacia la relación: *¿cómo es / qué características tiene / qué elementos componen esa relación?* y *¿qué está necesitando / qué está faltando / qué está pidiendo esa relación?*

Hacernos esas preguntas nos permitirá por un lado ampliar consciencia sobre lo que está sucediendo y por otro incrementar nuestra libertad de elección. Poner el foco de atención sobre la relación –sobre el interfase- y no en la persona que esté ‘al otro lado’ de esa relación, hace que se despersonalice, se des-etiquete y sea más efectiva la gestión de esa relación.

5. El vehículo de la relación es la comunicación.

La vida es comunicación, es conversación, con los demás -y con uno mismo-. Por ello es trascendental comunicarse de forma efectiva, esto es, lograr el objetivo o el propósito que se quiere alcanzar con esa comunicación, generar el efecto deseado. Una estructura muy simple pero eficaz es la siguiente:

i) Hechos. En una conversación lo más sólido -y objetivo- son los datos, cifras y descripciones. Las cosas se comienzan por los cimientos: construye desde los hechos.

ii) Sentimientos. Compartir lo que te hacen sentir los hechos descritos en el paso anterior amplía la información al interlocutor, favorece la comprensión y la empatía. Aunque los sentimientos sean subjetivos, no son discutibles.

iii) Interpretación. Recién ahora será el momento de manifestar lo que se entiende que está pasando, las relaciones de causa-efecto, los juicios de valor. Si bien es el componente más subjetivo de la conversación, habrá llegado en todo caso después de preparar el terreno: haber expuesto los hechos y los sentimientos que producen esos hechos.

iv) Acciones – Próximos pasos. La conversación necesita concluir en algo concreto y claro, que puede ser incluso una petición. Si esas acciones se logran co-crear con el interlocutor, tendrán más fuerza y probabilidad de ser llevadas adelante.

La efectividad de esta estructura radica en su simplicidad -4 pasos, en ese orden- y que una vez interiorizada sirve de brújula o mapa en una conversación.

6. Para poder ‘venderte’ hay dos palabras clave que necesitarás saber comunicar: Valor Diferencial.

i) Valor: Quien te ‘compre’, lo hará si –y sólo si- es capaz de percibir que el valor que aportas es mayor que el precio o salario que te van a pagar. Por lo que tus responsabilidades serán al menos dos: ser consciente de cuál es tu valor y saberlo transmitir de manera potente y efectiva para que sea percibido apropiadamente.

ii) *Diferencial*: Es la respuesta a la pregunta ¿por qué a ti y no a otra persona? En un mundo cada vez más hipercompetitivo y tendiente a la copia, si no sabes esa respuesta, tienes un buen reto por delante. No es necesario buscar grandes diferencias, apunta hacia las más esenciales y que puedas demostrar con ejemplos.

7. La perseverancia es el único ingrediente común a cualquier historia de éxito, de consecución.

Ni siquiera el talento, los conocimientos o los recursos se correlacionan tanto como la constancia a la hora de alcanzar una meta o generar un logro. Y en la base de esa actitud está la visión, la de avanzar hacia algo que es una mera posibilidad. Como dice Anxo Pérez: *los que triunfan no lo hacen gracias a ponerse en marcha cuando tienen su motivación por las nubes, sino a hacerlo cuando la tienen por los suelos.*

8. Hay dos palancas básicas que determinan lo que decimos y hacemos: la del dolor y la del placer.

Esto es, la de evitar la amenaza y la de la búsqueda de la recompensa. En otras palabras, la del miedo y la del amor. De las dos, la que genera mayor respuesta en el cerebro es la primera: simplemente por una cuestión de supervivencia. Y la energía que mueven en buena medida esas palancas es la que proviene de nuestras creencias, las que nos hará *jugar para no perder* o *jugar para ganar*, respectivamente. Ser consciente de esas creencias, hacerlas aflorar y sobre todo cuestionarlas es fundamental para pasar de un tipo de juego a otro y evolucionar de la supervivencia al vivir en plenitud.

9. No te esfuerces tanto en aprender, sí en desaprender.

El principal reto que tenemos los adultos no es poner nuestra capacidad de aprendizaje a prueba, sino en soltar hábitos, costumbres, 'verdades absolutas'. Vencer esa fuerza tremenda llamada inercia. Para ello nos ayudará plantearnos la pregunta *¿a qué tenemos que renunciar para aprender?* Tanto a nivel personal pero sobre todo en el mundo empresarial y de las organizaciones, donde las inercias en formas y estilos de dirección conducen -demasiadas veces- a la desmotivación, la falta de cooperación, de valoración y por ende a la desilusión de las personas que las integran. Desapegarse es la clave.

Para crecer, lo que hay que aprender es a despedirse.

10. En consonancia con lo anterior, hay que decir más que NO.

Paradójicamente, será la mejor forma de decir que SÍ: a otra cosa, a algo diferente, a lo que quieras priorizar, a lo que sea más importante de verdad. *Haz de la priorización una prioridad.* Ser asertivo es una de las cuestiones que cuestan más y lamentablemente llegamos a esta conclusión después de haber dicho mucho que SÍ, poniendo por delante derechos y prioridades de otros, complaciendo objetivos ajenos. La mayoría de nuestros problemas viene por decir que SÍ muy rápido y por decir que NO muy tarde. Citando a Warren Buffet: *la diferencia entre las personas exitosas y las muy exitosas, es que las muy exitosas dicen 'no' a casi todo.*

Y uno más...

11. Recuerda la diferencia entre *Intención e Impacto*.

Toda vez que se hace o dice algo existe una intención, hay algo que se quiere lograr, y a su vez, se genera un impacto, un resultado derivado. Cuando las personas juzgamos a los demás tomamos en cuenta fundamentalmente el impacto, el alcance, las consecuencias de lo dicho o realizado: *“mira lo que has hecho; fíjate lo que ha pasado; esto es lo que has logrado”*. Señalamos hacia el resultado. Sin embargo cuando nos juzgamos a nosotros mismos, ponemos el foco en la intención, en el anhelo: *“lo hice con la mejor intención; la intención es lo que vale; no era mi intención”*. Ponemos la atención en nuestra voluntad o nuestra disposición. En otras palabras, tendemos a aplicar una diferente vara de medir a la hora de juzgar: a los demás por sus acciones, a nosotros mismos por nuestras intenciones. Y esto es fuente de desavenencias, conflictos, malos entendidos. Por tanto la invitación es clara: a la hora de enjuiciar a los demás tomemos más en cuenta sus intenciones y a la hora de juzgarnos a nosotros mismos hagámoslo por el impacto de nuestras acciones o palabras. Sobre todo esto último, ya que darnos cuenta de los efectos que producimos –y no sólo de los que buscamos producir- nos ayudará entre otras cosas a ganar efectividad hacia el alcance deseado. En especial si tomamos consciencia antes de actuar, antes del impacto que vamos a generar.