

Como conectar con la gente en todo momento

How to Click with Everyone Every Time, por David A. Rich

Introducción

¿Se ha parado alguna vez a pensar por qué con algunas personas "hace clic" mientras que con otras choca? Conectar con la gente desafía a la lógica, está más allá del simple interés o la atracción física. Quienes poseen la cualidad innata de caer bien sin esfuerzo son la envidia de quienes les rodean. Pero ese don de gentes que es innato en algunas personas, es una cualidad que se puede cultivar y que tan sólo depende del interés que pongamos en hacerlo. Es cuestión de estar alerta, siempre en guardia, dispuestos a dar el 200% de nosotros mismos y a que nos lo devuelvan magnificado.

Ese algo intangible que ayuda a caer bien, a conectar o, como prefiere denominarlo el autor, a "hacer clic", está hecho de pequeños detalles y de elementos tan obvios que se nos olvidan. Para refrescarnos la memoria, el autor explora las cualidades internas y externas que contribuyen a crear una relación genuina con los demás. Se trata de diez "contagios", es decir, diez cualidades que debemos cuidar y desarrollar para potenciar nuestras relaciones y cambiar nuestra vida. Diez contagios que nos transportarán a un nivel superior de relación con los demás, más allá de una simple interacción, que nos harán resultar irresistibles y atraer a la gente como auténticos imanes humanos.

El vínculo perdido

“Hacer clic”, en opinión del autor, es el centro de cada transacción e interacción, sucede o no sucede en cuestión de segundos. Según diversos estudios, nos bastan de 2 a 12 segundos para formarnos una primera impresión, por eso nunca hay una segunda oportunidad para causar una buena primera impresión.

“Hacer clic” es una capacidad intangible que nos permite conectar con los demás de forma instantánea y natural, es algo mágico que sucede de forma extraordinaria y ahí radica parte de su encanto, ya que si lograrlo fuese sencillo, nos resultaría vulgar y corriente. El autor lo denomina el "eslabón perdido", porque a su juicio es el elemento que obvian la mayor parte de libros y programas de autoayuda. La capacidad de **“hacer clic”** es una cualidad interna que brilla a través del cuerpo y de los ojos y que depende, en mayor medida, de quién somos que de qué somos. Para **“hacer clic”** hay que poseer primero unas cualidades que lo convertirán en algo natural y automático. No se trata, pues, de adquirir unas herramientas, ni de seguir unos pasos al pie de la letra. La diferencia es sutil, pero enorme. Es el eslabón perdido en las relaciones.

Las empresas gastan cientos de millones cada año en formar a sus empleados, lo cual es algo positivo, pues como decía Mark Twain, es mejor formar al personal y perderlo que no formarlo y mantenerlo en plantilla. Pero a pesar de ese empeño en mejorar el servicio al cliente y en construir relaciones significativas, en lugar de avanzar hemos retrocedido. Y ello por dos razones: la primera es la diferencia entre educación y formación. La formación nos proporciona el cómo, dónde y cuándo, mientras que la educación nos proporciona el porqué. **“Hacer clic”** es una cuestión de educación, más que de formación, pues para lograrlo hay que poseer unas cualidades internas de manera que ser amables con la gente sea parte de nuestra idiosincrasia, no simplemente una conducta externa adquirida porque es parte de nuestro trabajo. La mayoría de los empleados que han recibido un buen adiestramiento son eficientes a la hora de tratar a los clientes, pero pocos son realmente "contagiosos". La razón por la que pocos consiguen **“hacer clic”** es que han recibido una formación que les ha proporcionado respuestas al qué hacer, cuándo hacerlo y cómo hacerlo, pero les falta averiguar el porqué. La

segunda razón del mencionado retroceso es que el trato con el cliente se reduce al concepto de "ser cordial y amable": muy pocos se adentran en el arte de establecer una relación genuina. Realizar una venta, hacer un balance e introducir datos son actividades que se reflejan en los resultados, pero sonreír al cliente, tomar se unos minutos para escucharle o hacer algo extraordinario por él son "aptitudes blandas" (soft skills) a las que no se presta mayor atención. La dura realidad es que más empresas desaparecen debido a las denominadas aptitudes blandas que a cualquier otra razón.

Además, nos encontramos con el factor de la tecnología. En lugar de potenciar las relaciones reales, en la actualidad la tecnología se utiliza para sustituirlas. De repente, todos estamos ocupadísimo y, aunque los correos electrónicos y los mensajes de voz nos facilitan la comunicación, han dañado las relaciones verdaderas. Es lo que el autor denomina "síndrome del estar ocupado". Necesitamos adiestrar nuestras mentes y enseñarles a estar tranquilas, algo más sencillo de decir que de hacer. En este sentido, el autor aconseja a los profesionales de las ventas que sólo dejen mensajes en los buzones de sus clientes como último recurso: a fin de cuentas, el objetivo no sólo es establecer contacto sino conectar, y ello sólo se consigue cara a cara, o al menos, voz a voz. Si bien es cierto que gracias a la tecnología, conocemos a mucha más gente que nuestros abuelos, la profundidad de dichas relaciones es menor. Una verdadera relación consiste en conocer los sentimientos de la otra persona y no sólo su dirección de correo electrónico, en estar al tanto de sus futuras aspiraciones y no solamente de a cuánto asciende su cuenta. Cada avance tecnológico nos hace la vida más sencilla y al mismo tiempo nos aleja de las relaciones verdaderas y, así, nuestro mundo, a pesar de todos los avances tecnológicos, está cada vez más desconectado. Sin embargo, las personas están ávidas por rellenar ese hueco que han dejado las relaciones superficiales. El eslabón perdido se puede encontrar. Solamente hacen falta dos cosas y las dos son gratis: deseo y disciplina.

"Hacer clic" repercute en todas las esferas de nuestra vida. Por ello, el autor se propone explorar no sólo las cualidades que hacen que alguien logre hacerlo mejor, sino también los frutos de esa conexión como son el éxito, la felicidad, los logros y la paz mental. La historia, la economía y la política están plagadas de

personas contagiosas que han sabido **"hacer clic"** y se han beneficiado de ello. Y es que la gente que lo consigue atrae la atención de los demás y triunfa en la vida, aunque no se lo hayan propuesto seriamente. Les sale al paso, mientras ellos se dedican a ser ellos mismos. Tienen la extraña habilidad de estar en el lugar adecuado en el momento preciso, no se lamentan cuando algo les sale mal sino que siguen adelante y aprenden de lo sucedido, agradecen con su optimismo que el vaso esté medio lleno en lugar de buscar razones por las cuales está medio vacío. Esta forma de ver las cosas es lo que les hace aprovechar los momentos y convertir los golpes bajos en prometedoras oportunidades en lugar de quedar paralizados. Como dice un proverbio anglosajón, cuando la vida te da limones, ¡haz limonada!. A todos nos gusta estar rodeados de gente que prefiere ver el vaso medio lleno y es, sin duda, la razón por la que estas personas triunfan. Del mismo modo, nuestras mejores oportunidades penden de nuestra capacidad para interpretar así la vida.

"Hacer clic" es una calle de doble sentido, no sólo entre usted y otra persona, sino también entre usted por fuera y usted mismo por dentro. En otras palabras, una cosa es ACTUAR de forma contagiosa, pero para que de verdad se produzca "el clic", debe SER contagioso: el resto vendrá por sí solo. Las cualidades externas le ayudarán a demostrar en el exterior lo que está sucediendo en el interior y además contribuirán a construir hábitos necesarios para **"hacer clic"** de forma contagiosa. En resumen, el exterior se apoya en el interior y el interior se apoya en el exterior.

Confianza

La confianza es el contagio más visible y obvio de todos. La confianza transpira en cada uno de nuestros movimientos, en nuestra voz, en nuestros ojos, en nuestra forma de andar y de estrechar la mano. La confianza está hecha de rasgos internos y de rasgos externos. Los rasgos internos que componen la confianza son los talentos (virtudes innatas), las aptitudes (cosas que hemos aprendido) y las habilidades (lo que somos capaces de hacer). Para comenzar, realice un inventario de todos los talentos, aptitudes y habilidades que posee, léalo cada noche antes de acostarse y cada mañana al levantarse. Al cabo de un tiempo comenzará a creerlo y a actuar con confianza en sí mismo. La razón por la cual es importante realizar este ejercicio es que todos somos únicos y especiales y, para bien o para mal, debemos aprender a aceptarnos tal y como somos. Solamente si nos sentimos bien con nosotros mismos podremos lograr que los demás sepan apreciarnos en lo que somos. Será tan solo cuestión de proyectar al exterior lo que somos en el interior.

Parece sencillo, pero no lo es, porque debemos aprender a hacerlo en la justa medida. Para ello, la humildad es clave, pues una delgada línea separa la confianza de la arrogancia. Una, **"hacer clic"**; la otra, choca. La humildad es la que mantiene nuestros pies firmes sobre el suelo y evita que se hinche nuestro ego. La falsa confianza en nosotros mismos llega cuando perdemos de vista nuestras imperfecciones, que son las que nos conectan con los demás. Cada vez que alguien da la impresión de que no tiene defectos, los demás se encargan de encontrárselos. Lo cierto es que nos fortalecemos cuando reconocemos nuestras imperfecciones, pues al hacerlo se convierten en una fuerza mayor en nuestras vidas. Las personas seguras reconocen sus puntos débiles, mientras que las inseguras se niegan a admitirlos. La verdadera confianza es contagiosa y la forma principal de mostrarla es haciendo gala de humildad.

Entre los rasgos externos que muestran la confianza que tenemos en nosotros mismos destaca nuestro lenguaje corporal. La primera impresión que producimos en los otros tiene lugar entre los tres y los sesenta segundos después de encontrar a alguien. Lo primero que atrae nuestra atención es la cara, por ello la primera

cosa de la que nos damos cuenta es de si la persona sonríe o no. Es difícil explicar con palabras la diferencia entre una sonrisa falsa y una sonrisa sincera: resulta mucho más sencillo reconocerlas. De la misma manera, la forma en que sonreímos a un familiar y a un extraño con el que nos cruzamos en la tienda es diferente. Una es una sonrisa cálida y rebosa sentimiento, mientras que la otra es de cortesía y carece de emoción. La primera de ellas destila confianza e invita a la otra persona a interactuar con nosotros sin dudar.

Otro elemento básico del lenguaje corporal es el apretón de manos, que muchas personas utilizan para juzgar el carácter de quien lo da. A juicio del autor, los apretones de mano deben ser iguales para ambos sexos, darse con la mano derecha extendida y mover el brazo desde el codo mientras se establece contacto visual. En determinados contextos sociales, el hombre debe esperar a que la mujer ofrezca su mano. Sin embargo, en el contexto empresarial occidental no resulta necesario, dado que las mujeres esperan que se les trate como iguales. La gente que tiene más confianza en sí misma sonríe, estrecha la mano y se presenta con más rapidez que los que no la tienen, que además también carecen de iniciativa. La confianza es un contagio que debe verse y sentirse.

Curiosidad

Ahora que ha comenzado a desarrollar su confianza en sí mismo, el siguiente paso es dirigir esa energía hacia otras personas. Encontrar el equilibrio no está libre de riesgos: si dedica demasiada atención a otras personas, les hará sentirse incómodos y sospecharán de usted; si no les dedica la atención que esperan, perderán el interés y se habrá esfumado la oportunidad de **"hacer clic"**.

Para que la curiosidad sea contagiosa tenemos que aprender a desarrollar un interés genuino y sin-cero por conocer a los demás. Ello requiere cualidades internas como la fascinación y la vulnerabilidad. Para desarrollar el sentido de la fascinación, debemos adiestrarnos en el arte de mirar más allá de lo que ven nuestros ojos: debemos aprender a ver la belleza que se esconde tras cada cosa. En todas las personas subyace el deseo tanto de ser admirados como de que otros les inspiren. El poder de la fascinación nos inspira a realizarnos. La fascinación crea momentos mágicos que a su vez crean relaciones. La fascinación nos resta atención a nosotros mismos y se la otorga al mundo que nos rodea. Sin ella, los seres humanos tienden a preocuparse en exceso por ellos mismos. Robert Kennedy dijo que algunas personas ven las cosas como son y dicen por qué, mientras que él soñaba cosas que nunca habían sido y se decía ¿por qué no? Para explotar el poder de la fascinación, utilice su imaginación. La imaginación humana alcanza su momento álgido a la edad de seis años, pero a medida que nos hacemos adultos la vamos perdiendo y con ella nuestro sentido de la fascinación. Como cualquier otra habilidad o aptitud, si no la ejercitamos, la perdemos. Sin embargo, necesitamos estar llenos de fascinación antes de poder ver la fascinación. Así que emocionémonos con todo lo que nos rodea, por muy insignificante que pueda parecer.

El contrapunto de la fascinación es la vulnerabilidad. Creemos erróneamente que es un signo de debilidad, cuando en realidad es todo lo contrario: las personas más débiles son las que más se esfuerzan en parecer fuertes e invencibles. De lo que se trata es de mantenernos abiertos y receptivos y no dejar que los fallos y los pesares formen callo. La vida es dura y hay que estar dispuestos a que nos hieran. Hace daño, pero la alternativa es mucho más dolorosa: quienes se endurecen, no **"hacer clic"**. La gente abierta, receptiva y optimista, sí lo hace.

Las cualidades externas de la curiosidad son principios básicos de comunicación: preguntar y escuchar. Aprendemos haciendo preguntas. Las preguntas son el punto de partida de todo logro, ya que nunca se conquistó nada que valiese la pena sin hacer preguntas. Por supuesto, existen formas aceptables e inaceptables de preguntar. Hacer preguntas cuyas respuestas no nos interesan carece de sentido: un ejemplo arquetípico de ello es el

¿qué tal?

que nos lanza alguien que se cruza con nosotros en la puerta. Tampoco tienen sentido las preguntas que albergan un fin ulterior, es decir, aquellas que alguien realiza por motivos egoístas y no para construir una relación. Para "**hacer clic**", al preguntar debemos tener bien claro por qué, cómo, qué y cuándo preguntamos.

Del mismo modo, escuchar puede ser tan indicativo de nuestra curiosidad como preguntar. Escuchar requiere una participación activa. La gente está deseando que la escuchen. Ante todo, debemos aprender a ser buenos oyentes y hacer saber a la otra persona que la estamos escuchando. Hay que poner los cinco sentidos en escuchar, lo cual no es tan sencillo como parece, pues nuestra mente es capaz de procesar la información mucho más rápido de lo que una persona puede transmitirla. Por eso es corriente que incluso los mejores oyentes se distraigan según una de las cinco formas más frecuentes de hacerlo: pensando por adelantado en lo que se va a decir, repensando lo que acaba de decirse, debatiendo la validez de algo que acaba de ser dicho, distrayéndose a causa de algún aspecto físico del hablante o volviéndose impaciente. El contacto visual es esencial, pues nada nos indica de forma más evidente que una persona no nos está escuchando que el hecho de que mire a otra parte. Las preguntas de seguimiento aseguran a nuestro interlocutor que lo estamos escuchando, pero no deben forzarse. Por último, los gestos que hacemos completan el puzzle: asentir con la cabeza de vez en cuando, sonreír, cambiar la expresión facial, etc. Es fundamental dejar que los gestos fluyan de forma natural: asienta, frunza el ceño o sonría cuando el diálogo lo dicte, no cuando crea que ha llegado el momento.

Conectividad

El contagio de la conectividad es más una ciencia que un arte, es el más deliberado de los contagios y es externo por completo. Hay un arsenal de herramientas que se pueden utilizar para conectar, por lo que es importante elegir entre las más adecuadas. La conectividad se realiza a través de los sentidos y los métodos no sólo son muy personales, sino que varían según a quien nos dirijamos. Desde pequeños nos han enseñado que debemos tratar a los demás como queremos que ellos nos traten, pero lo cierto es que otras personas podrían no querer que les traten como a nosotros nos gustaría que nos trataran. La regla de oro para **"hacer clic"** es: "Tratar a los demás como ellos quieren que se les trate".

El primero de los sentidos es la vista. El rostro es lo primero que nos llama la atención de otras personas y su expresión facial nos transmite mucha información. Los ojos son la ventana del alma, nos comunican si una persona es abordable o no, pues poseen la capacidad de unir a la gente más rápidamente que cualquier otra cosa. Si usted se dedica a las ventas, sus ojos son una de sus mejores herramientas para vender. La gente le mira a los ojos y en un nanosegundo saca conclusiones sobre lo que ve. El mensaje verbal no constituye más que un 7% del mensaje total; el 93% restante está en nuestra forma de decir las cosas y en nuestras expresiones faciales. El contacto visual debe ser directo sin por ello resultar molesto. Debe ser además de pupila a pupila, tanto cuando usted está hablando como cuando le hablan. Lo más efectivo para no pecar por exceso ni por defecto es tantear el terreno con la mirada y actuar de forma acorde.

El segundo de los sentidos para conectar es el sonido de la voz. El arte de utilizar la voz como elemento de persuasión se conoce como paralingüística. Tal vez no pueda cambiar la tonalidad de su voz, pero seguro que puede controlar la velocidad del discurso y la inflexión. Un elemento inexcusable en este terreno es utilizar el nombre de nuestro interlocutor, por lo que debemos pronunciarlo lo antes posible para lograr memorizarlo.

El tercer sentido es el tacto. Conectar con la gente mediante el tacto se conoce como comunicación kinestésica. Existen tres tipos de espacio: el fijo, compuesto

por objetos que no se pueden mover como las paredes, los techos y los árboles; el semifijo, compuesto por objetos que se pueden mover fácilmente, como las sillas, y el dinámico, que es el espacio humano. Los estadounidenses acostumbran a hablar a un brazo de distancia los unos de los otros, mientras que los latinos tienden a acortar dicha separación y a utilizar más el contacto físico. Su forma de moverse en el espacio y de tocar a otras personas puede determinar su capacidad de **"hacer clic"**.

Estos tres elementos (vista, sonido y tacto) se entrelazan en la comunicación. La comunicación auditiva se caracteriza por el predominio del sonido sobre los otros dos. Si alguien dice "te escucho", seguramente es un comunicador auditivo. Si pronuncia algo como "ya veo lo que dices", podemos concluir que estamos ante un comunicador visual. Si simplemente dice "estoy contigo" o "sé como te sientes", se trata de un comunicador kinestésico. Por muy simple que pueda parecer, las repercusiones que tiene todo esto a la hora de **"hacer clic"** son enormes. En una pareja, a un hombre comunicador auditivo le puede parecer suficiente con decir a su compañera "te quiero", pero si esta es comunicadora kinestésica necesitará además un abrazo. La gente busca cosas diferentes en sus relaciones y algunas de ellas acaban por problemas de comunicación entre sordos y ciegos.

Reconociendo, comprendiendo y respondiendo a los deseos de las otras personas, tratándolas como desean ser tratadas, lograremos conectar con ellas.

Compromiso

Las personas se sienten atraídas por individuos comprometidos por dos razones: el compromiso es algo admirable (basta con fijarse en el porcentaje creciente de divorcios en nuestro país) y porque instintivamente añoramos rellenar el vacío que causa la falta de compromiso. Admiramos a los líderes que se comprometen con su visión y cumplen sus promesas.

La mayoría de la gente piensa que tiene una visión, pero no siempre es así. Una visión es el intento de hacer una contribución positiva a la sociedad; si es sobre nosotros mismos, no será contagiosa. La visión consta de dos partes: un propósito y una misión que explica el qué y el por qué. Las metas deben ser nítidas, con el fin de que nos ayuden a ser más productivos y nos mantengan motivados. Cuando se trata de fijar metas, hay que recordar algunos presupuestos: en primer lugar, todo el mundo sabe ponerse unos objetivos, pues es parte de nuestra cultura. Sin embargo, poca gente lo hace de forma consistente. Por otra parte, su meta debe ser propia y no algo que venga impuesto desde fuera. Por último, las metas se originan en la mente pero se materializan en el mundo exterior. Su visión debería transformarse en una llamada a la acción. Por ello, el autor recomienda que nos cuestionemos si tenemos una visión, si es una visión personal y si se puede convertir en una llamada a la acción. Cuando alguien es capaz de lograr esto último, se vuelve contagioso e incluso insaciable si no se marca unos límites.

Convicción

La convicción pertenece a la misma familia que el compromiso, pero el enfoque es diferente. El compromiso proviene de la cabeza, mientras que la convicción se forja en el corazón. La convicción se define como una fuerte creencia y sus tres componentes forman el acrónimo POP (Pasión y Optimismo en el exterior y Principios en el interior).

La pasión es a la vida lo que el sabor es a la comida. Sin un compromiso genuino, la pasión no existe, y esta necesita además cultivarse. La pasión es contagiosa, pero necesita ejercitarse antes de poder extenderla a otros: 21 días de práctica son los necesarios para adquirir cualquier hábito. Los niños viven vidas más apasionadas que los adultos, debido a que estos esperan que sus mentes lo racionalicen todo para decidir si vale la pena emocionarse y dar permiso al cuerpo para hacerlo. El cerebro gobierna el cuerpo o, en otras palabras, la pasión es algo sicosomático.

El optimismo es también un ingrediente esencial para mantener nuestra convicción tanto en el interior como en el exterior. La gente hace todo lo que puede por rodearse de personas optimistas y huye de los pesimistas como del diablo. El optimismo es esperanza en acción, pues por muy mal que se nos den las cosas, el mañana siempre será mejor. El mantra del optimismo es sencillo: "Lo que esperas conseguir es lo que consigues". Espere que suceda algo bueno y sucederá algo bueno, espere que suceda algo malo y algo malo sucederá. A pesar de lo que pueda parecer, el optimismo es algo que puede aprenderse. En su aprendizaje hay tres factores que desempeñan un papel relevante: el desarrollo en la niñez, el diálogo mental y la creencia en la abundancia. Nuestra forma de aprender en la infancia determina en gran medida el optimismo que poseemos. Si crecimos en un entorno positivo y contamos con el apoyo de los nuestros, seremos optimistas de adultos. Resulta obvio, pero según los psicólogos, la forma en que nos enseñan a resolver los problemas y a soportar la adversidad influye en nuestro optimismo. Incluso los niños más felices serán adultos pesimistas si no aprenden por sí solos cómo solucionar los contratiempos. Los optimistas ven los problemas como algo ajeno a ellos mismos, mientras que los pesimistas tienden a creer que los problemas son siempre culpa suya.

En cuanto al diálogo mental, y según algunos estudios, tres cuartas partes del mismo es de carácter negativo. De ahí la importancia de la programación neurolingüística y de la sustitución de pensamientos negativos por pensamientos positivos. Cada vez que se sorprenda a sí mismo reflexionando de manera destructiva, regáñese y hágase callar, discuta con su mente y dígase que no va a consentir una forma de pensar tal y, como colofón, ofrezca una alternativa optimista.

Por lo que respecta a la abundancia, debemos afilar nuestras creencias y no temer la escasez, convencernos de que siempre habrá suficiente para estar bien y que siempre tendremos lo que necesitamos para ser felices. Tal vez no sea lo que queremos, pero siempre será lo que necesitamos. Nuestras necesidades estarán colmadas. Los informes de los años setenta predecían que, de seguir utilizando combustibles fósiles a la velocidad en que lo hacíamos, las reservas mundiales se extinguirían en 20 años. Sin embargo, nuestra civilización y forma de vida sigue estando basada en el petróleo. Lo que ha sucedido es que las mejoras tecnológicas nos han permitido extraerlo de lugares antes impensables, como bajo el mar. Los optimistas creen en la abundancia. Están convencidos de que por mala que sea su situación actual, las cosas pueden cambiar en un solo instante.

Alegría

La alegría es mucho más que una cara sonriente. La verdadera alegría no necesita un recordatorio, pues salta a la vista desde el interior hacia el exterior. La conducta es el resultado de lo que somos: la gente alegre actúa con alegría, la gente mala actúa con maldad. Aun así, una persona puede actuar de forma alegre en un momento dado y no ser exactamente una persona alegre e, inversamente, una persona alegre puede no sentirse contenta en ciertos momentos. Las cualidades externas que la caracterizan son la sonrisa, herramienta universal de comunicación, el ánimo, que es el rey de la baraja, la risa, que es una de las cualidades más contagiosas que poseemos y el amor.

El autor nos exhorta a que sonriamos a los desconocidos en la calle, a que dejemos una nota para dar ánimos a alguien, a que llevemos un refresco a un compañero de trabajo, a que hagamos cumplidos a dos personas cada día, a que abracemos a nuestro cónyuge sin necesitar un motivo y a que demos rienda suelta a nuestra imaginación para continuar la lista. Cada acto de alegría retornará magnificado. Tal vez no pueda ver el retorno a su inversión, pero lo sentirá en su corazón.

Coraje

Todos los días necesitamos valor. Se necesita valor para entrar en acción y no importa si perdemos o ganamos, lo que cuenta es que lo hemos intentado. El valor no es valor sin una acción que lo pruebe: podemos pensar de forma valerosa, pero si no lo llevamos a la práctica, no podemos hablar de valor. El temor es una emoción relacionada con el valor que saca lo mejor de nosotros mismos, mientras que la complacencia roba nuestra creatividad y ahoga la necesidad de ser valientes.

Una forma de llevar a cabo una acción valerosa es proclamar que somos únicos. Vivimos en un mundo en el que todos tienen que ajustarse al molde para ser aceptados, nos enseñan a ser iguales porque ser diferentes significa estar fuera. Seguimos al rebaño como ovejas porque nos enseñan que ser diferentes es malo. Nos formamos opiniones, patrones de pensamiento y hábitos de conducta que nos unen a esa uniformidad. Lo más irónico de todo es que las cosas por las que nos etiquetan en nuestra infancia son las que potencialmente nos pueden hacer sobresalir como adultos. La niña que daba su comida a los demás (la Madre Teresa) o el chico que en el recreo prefería leer a jugar (Albert Einstein), son ejemplos de ello. Del mismo modo, en el mundo empresarial la forma de sobresalir es potenciar las cosas que hacen única a una empresa. Los dones que no se ven como dones se reprimen y la oportunidad de ser excelentes se pierde irremediabilmente. Hace falta valor para perseverar. Resulta sencillo darse por vencido y la mayoría tira la toalla cuando están a punto de lograrlo. Lo que diferencia a una persona con éxito de las demás no es la fuerza o los conocimientos, sino la voluntad. Lo irónico de la realidad es que, si intentamos con todas nuestras fuerzas caerle bien a alguien, lo que conseguiremos es caerle mal.

Nunca deje pasar una oportunidad de actuar con valor. Cada día debemos decidir si emprender o no una acción, o si por el contrario tomamos la vía más corta y no hacemos nada. Cuando elegimos actuar, incluso con las actividades más pequeñas e insignificantes, construimos lentamente el hábito de actuar con valor. El valor es elegir actuar. Esa es la esencia del liderazgo, independientemente de cuál sea el resultado. Siempre hay un mañana, pero ya no habrá otro hoy. La gente pocas veces se arrepiente de lo que ha hecho, pero sí lamenta lo que no ha hecho.

Competencia

La competencia consiste en ser capaz, fiable e íntegro. Comienza con la cualidad interna de la integridad y se muestra al exterior mediante la fiabilidad. Ser capaz puede significar ser exacto, trabajar con rapidez o ambos: significa hacer bien el trabajo.

El esfuerzo completa el puzzle. La gente respeta el esfuerzo genuino: independientemente del resultado obtenido, lo que importa es intentarlo. De niños nos exhortan a que estudiemos y, si sacamos malas notas, las sacamos pero al menos nos hemos esforzado. Desgraciadamente, demasiada gente opta por lo más sencillo y se inventa excusas para justificar su falta de esfuerzo.

La confianza es esencial para **"hacer clic"**. La confianza se crea y se rompe en los pequeños detalles más que en los grandes actos: decir mentiras o robar son formas seguras de perder la confianza, al igual que no decir toda la verdad. Por el contrario, la confianza lleva al respeto y sin respeto es imposible **"hacer clic"** con los demás. Mantener nuestra palabra es la mejor forma de ganarnos el respeto de los demás. Si usted promete que va a hacer algo, hágalo. Suena elemental; sin embargo, cuando la vida nos apremia olvidamos nuestras promesas y nuestras relaciones se resienten por faltar a nuestra palabra. Por ello, es preferible prometer poco y cumplir mucho, que prometer mucho y cumplir poco. La confianza alimenta la competencia. Cuanto más fiable sea su palabra, más competente será a los ojos de los demás.

La integridad es otro factor básico. Las personas íntegras nos parecen más competentes. Puede que sea así o no, pero la percepción es realidad: ¿se sentiría usted tranquilo con un cirujano al que le tiemblan las manos cuando va a operar? A veces nos ponemos tan nerviosos que los árboles ocultan el bosque, lo cual solo sirve para agravar la crisis. Centrarse en la solución empequeñece el problema: prométase que no va a pasar un minuto más pensando en el problema y comience a meditar sobre la solución. Puesto que ya hay bastantes problemas por todas partes, la clave para **"hacer clic"** es preocuparse por las soluciones. Admita el problema abiertamente y luego siga adelante. Cada problema que se nos presenta es una oportunidad, pero sólo se dará cuenta de ello cuando comience a buscar

soluciones. Pronto se ganará la reputación de ser alguien en quien se puede confiar no sólo por ser competente, sino también por saber transmitir que todo va a salir bien.

Compasión

Las relaciones y la compasión han estado unidas desde el principio de los tiempos. La compasión es cuestión de sufrimiento, pero también incluye una serie de emociones como la empatía, la piedad, el perdón, la sensibilidad, la dependencia y la preocupación por los demás. La compasión es un compañerismo emocional.

La empatía consiste en ponerse en el lugar de otra persona y ver las cosas a través de sus ojos. Consta de tres elementos cruciales: el primero es ver las cosas desde la perspectiva de los demás, el segundo es ser capaces de sentir lo que otros sienten aunque nunca hayamos pasado por esa situación y el tercero es suspender el juicio, ya que no podemos empatizar con una persona si por dentro estamos juzgándola. El perdón es una necesidad mental, emocional, física, espiritual y de relación. No podemos vivir con el rencor, pues consume todas nuestras energías. Para deshacernos de él, debemos perdonar de corazón. La sensibilidad es empatía verdadera, es ser consciente de los sentimientos de los demás. Resulta sencillo pensar en nosotros mismos, pero así es imposible construir relaciones verdaderas. No existe una fórmula mágica para desarrollar la sensibilidad, es cuestión de compromiso y práctica. Pararnos a pensar antes de hablar o actuar también reduce las posibilidades de mostrarnos insensibles. La piedad es el perdón en acción, restaura las conexiones rotas y a menudo incluso las refuerza. Muchas personas caen en el error de creer que es un signo de debilidad, cuando en realidad se trata de la mayor muestra de fortaleza. La preocupación por los demás se muestra a través de nuestras acciones. La verdadera preocupación no sólo es un gesto bello, cálido y compasivo, también es una gran estrategia relacional. Una llamada a tiempo para simplemente saludar y verificar cómo se encuentra una persona, una nota diciéndole a alguien que estábamos pensando en ellos, recordar pequeños detalles acerca de nuestros interlocutores y cuidar de una persona cuando se siente enferma son verdaderos actos de preocupación y compasión. Mostrar nuestra preocupación solo cuando nos interesa o beneficia, no es verdadera preocupación. La dependencia, por su parte, se considera con frecuencia una debilidad o un defecto en el carácter. Esta forma de ver las cosas es uno de los factores que explica por qué resulta tan difícil **"hacer clic"** en nuestros días. No sólo deberíamos reconocer nuestra dependencia, sino también buscarla activamente. Existe una frase mágica para que la

gente haga algo por usted y a la vez se sienta querida y necesitada; probablemente usted mismo la ha pronunciado alguna vez: "¿Me puedes ayudar?" Es una pregunta irresistible. Busque oportunidades para ayudar a los demás: es una forma infalible de **"hacer clic"**. Cuando vea que alguien necesita ayuda no pregunte "¿quieres que te ayude?", porque la respuesta en un 99% de los casos será "no, pero gracias". En realidad, lo que pasa por la mente de esa persona es "sí, pero no quiero ser un pesado". Dígale "déjame ayudarte" o "te voy a echar una mano".

Satisfacción

Todo el mundo desea más de lo que tiene, lo cual es bueno porque eso mueve la economía, fortalece a las empresas y mejora la situación de los países. Pero nuestra meta no debería ser poseer más cosas sino ser mejores personas, deberíamos disfrutar del viaje y ser más conscientes de lo que tenemos, en lugar de obsesionarnos con lo que no tenemos. La satisfacción engendra paz interior. Sus cualidades externas son la gratitud y el gozo y las internas, la aceptación y la serenidad.

La gratitud es aprecio, es dar las gracias por lo que tenemos. Si usted es como la mayoría de las personas, seguramente ha pasado diez veces más tiempo lamentando lo que no tiene que apreciando lo que posee. La raíz del problema es la comparación. Vemos a los otros con más libertad, una casa más grande, más comida, más amigos y mejor salud y queremos poseer lo que ellos poseen. Independientemente de cuánto dispongamos, hay algo garantizado: siempre habrá alguien que tiene más. Hasta que no aprendamos a sentirnos agradecidos de lo que disfrutamos, no seremos felices al obtener más. Deberíamos estar agradecidos por el simple hecho de poder vivir cada día con alegría y buena salud, y deberíamos mostrar esa gratitud para que otros la vean y se contagien. La gente más agradecida es la que vive una vida más plena.

El gozo es fruto de nuestra gratitud: una vez que aprendamos a agradecer estaremos preparados para comenzar a gozar de las cosas que tenemos. El mayor obstáculo para ello es la "enfermedad del cuándo", que consiste en anteponer condiciones a la felicidad utilizando la frase

Seré feliz CUANDO...

La mejor cura es sustituir el cuándo por el **AHORA**.

La aceptación es el punto de inicio y llegada del viaje a la satisfacción. De hecho, le resultará imposible estar agradecido y disfrutar de la vida si no acepta su suerte. La aceptación es una cualidad interna que se refleja en el exterior mediante el agradecimiento y el gozo. Seguramente conoce el antiguo dicho sobre tener la

fuerza de cambiar las cosas que no se pueden aceptar, aceptar las cosas que no se pueden cambiar y sabiduría para conocer la diferencia. En la misma tónica, debemos aceptar nuestras limitaciones físicas y emocionales, pues ello tiene efectos contagiosos de cara a los demás.

Por último, la serenidad es el sentimiento de seguridad de que las cosas saldrán como deben salir. Siempre hay que tener preparado un "y si no". Algunos dicen que ese "y si no" debilitará nuestras posiciones, pero lo cierto es que en él reside la clave de la serenidad.

Conclusión: Congruencia para reunirlo todo

¿Es necesario dominar los diez contagios para **"hacer clic"**? ¿Se puede fingir alguno de los que no dominamos? Lo cierto es que **"hacer clic"** es la suma de todas las partes, pero no necesitamos todas ellas para establecer una relación sólida. **"Hacer clic"** es algo que nunca llegaremos a dominar, pero luchar por ello permanentemente es una empresa por la que vale la pena empeñarse e, incluso si se queda corto, siempre saldrá ganando. Los frutos se materializarán en sus relaciones con los demás tanto cuantitativa como cualitativamente, pero la mejor recompensa que podrá obtener es el convertirse en una nueva persona.

El viaje que comienza en el interior de usted mismo mejorará todas las áreas de su vida, pero no espere milagros. **"Hacer clic"** es un acto de ser más que de hacer, en el que la congruencia es esencial. Si los demás no piensan que nuestras acciones o palabras concuerdan con el tipo de persona que somos en realidad, nuestra capacidad de **"hacer clic"** se reduce. La congruencia no se puede fingir. Tal vez pueda engañar a todos en alguna ocasión y a algunos en todas las ocasiones, pero no logrará engañar a todos en todas las ocasiones. La congruencia consiste en ser las personas que otros piensan que somos. Es la cualidad que armoniza todos los contagios y no se adquiere de la noche a la mañana, sino que se logra paso a paso, poco a poco, clic a clic, hasta que logramos ser las personas que queremos ser.