

26. ¿CÓMO SE LLAMA LA SEÑORA DE LA LIMPIEZA?

No emplear su red de contactos [networking]

Con las personas, rápido es lento y lento es rápido [S. Covey]

Considera a tus soldados como a tus hijos y te seguirán hasta los valles más remotos; considéralos como a tus queridos hijos y estarán a tu lado hasta la muerte [El arte de la guerra, Sun Tzu].

En los años años 60, Rosenthal y Fode desarrollaron un interesante experimento. A 12 estudiantes se les asignaron grupos de ratas a las que se les enseñaría a recorrer un laberinto. A la mitad de los estudiantes se les dijo que las ratas eran de una raza especial caracterizada por su habilidad con los laberintos. A los otros se les dijo que se trataba de ratas criadas para ser tontas con los laberintos. Las ratas eran las mismas. Sin embargo, los resultados de los estudiantes correspondieron a lo que se esperaba de las ratas. El aprendizaje de las ratas "listas" fue mejor que el de las ratas "tontas". La expectativa sobre los resultados del experimento es determinante para determinar los resultados de éste.

En el libro "El 8º hábito. De la efectividad a la grandeza" de Stephen Covey se cita una historia que el autor atribuye a JoAnn C. Jones y que ilustra a la perfección la idea clave es este capítulo.

Cuenta esta anécdota, como estando la protagonista respondiendo con facilidad a las preguntas de un examen, leyó la última: ¿Cuál es el nombre de pila de la mujer encargada de la limpieza del centro? Pensó que se trataba de una broma. Aunque había visto a esa mujer mil veces, ¿Cómo iba a saber su nombre? Así que entregó el examen en blanco. Antes de que acabara la clase, un alumno preguntó si la última pregunta contaría para la calificación de la prueba. El profesor contestó "Por supuesto. En vuestra carrera conoceréis a muchas personas. Todas son importantes. Merecen toda vuestra atención aunque todo lo que hagáis sea sonreír y saludarles".

Esto me recuerda algo que me dijo un profesor de la Universidad: "Si quieres ser relaciones públicas, tendrás que llevarte bien con las secretarias y las recepcionistas. La mayoría de las personas no les prestan ninguna atención pero ellas son las únicas personas de las empresas que hablan con todo el mundo y que normalmente están al tanto de todo lo que pasa".

Hace algunos años descubrí el concepto de networking. Me dejó impresionado la utilidad del mismo. Fue a mi paso por el gobierno municipal de Londres, que había dispuesto varias organizaciones cuya única finalidad era precisamente promover el networking. Espero impaciente el día en el que esto acabe por llegar a España. Aunque lo cierto es que no es fácil definir qué es el networking, supongo que es algo así como el arte por el que diferentes personas se ponen en contacto y estimulan sus relaciones para generar oportunidades. Supongo que si ya es emprendedor lo habrá observado, pero lo cierto es que la mayoría de las oportunidades de negocio aparecen entre personas que o se conocen directamente o tienen un conocido en común.

Para los emprendedores, cuidar la red de contactos es clave porque necesitan crear estructuras en las que poder apoyarse en determinados momentos. Piense en los pájaros. Hace poco tuve la oportunidad de escuchar a un ornitólogo una sugestiva explicación acerca de como los pájaros vuelan mucho más y más deprisa cuando lo hacen en grupo que cuando lo hacen aisladamente. De hecho, cuando un pájaro se sale de la bandada, rápidamente vuelve a ésta para aprovechar el impulso que le genera el pájaro que va delante. A mi esto me recordaba a los ciclistas, que hacen lo mismo cuando van en carrera. Mantenerse junto a otros pájaros que hacen el mismo viaje que usted le ayudará, le dará fuerzas cuando las pierda y le permitirá ir a veces en cola y otras veces en cabeza, pero siempre acompañado. Aunque trabaje solo, búsquese o cree una bandada de pájaros. Lo agradecerá.

Aunque la contabilidad cuenta como activo los objetos físicos, las patentes e incluso las marcas, hay algo que no se puede contabilizar fácilmente pero que sin embargo tiene una importancia extrema: la red de contactos. Y atención, porque una red de contactos no es una agenda muy gorda llena de números de teléfono que nunca usa. Una red de contactos es un grupo de personas con las que interactúa de vez en cuando, sea de la manera que sea.

Un libro que habla de esto es *Nunca coma solo*, de Keith Ferrazzi. El autor presume de tener en su agenda más de 5.000 personas que le atenderían el teléfono sin lugar a dudas. La tesis principal del libro es que los negocios se hacen a partir de contactos. Y que para crear contactos hay que aprender a dar y a recibir. No puedo estar más de acuerdo.

¿Ha escuchado alguna vez que cualquier persona del mundo está separada tan sólo por otras seis personas? El psicólogo Stanley Milgram ideó una manera de probar lo que llamó *el problema del pequeño mundo*. Pidió en 1967 a algunas personas en Nebraska que cada una le enviara un paquete a un extraño [un corredor de bolsa de Boston] a través de otra persona, hasta que llegara a alguien que conociera al corredor y se lo diera. Para comenzar, debían enviarle el paquete a alguien que conocieran de nombre y que supiera un poco más que ellos sobre la bolsa. Un tercio de los paquetes le llegaron al corredor de bolsa de Boston, tras una media de seis envíos. Milgram creó el concepto de "seis grados de separación" a partir de este experimento.

Algunos consejos para mantener viva su red de contactos:

- Conecte de motu proprio a personas que piense que puedan estar agradecidas por haberse conocido.
- Contacte de vez en cuando con personas sólo por el mero hecho de hacerlo. Sólo por el placer de hacerlo. Sin tener que pedir u ofrecer nada.
- Manténgase en contacto de forma continua: envíe artículos, informe de eventos o llame en ocasiones especiales.
- Tenga preparada una presentación de menos de medio minuto sobre lo que ofrece y/o lo que busca. Puede necesitarla en cualquier momento así que téngala lista en todo momento.
- Cuando conozca personas nuevas recuerde que escuchar es importante y ayuda a construir las relaciones tanto o más que hablar.
- Cree su propia red de contactos. Hable con personas que no conoce pero con las que piensa que puede haber intereses comunes. Le sorprenderá lo abierta que está la mayoría de la gente a escuchar a otras personas al margen de que las conozcan previamente o no.
- Emplee, siempre que sea necesario, las cuatro expresiones claves de las relaciones con otras personas: gracias, lo siento, te quiero y por favor.
- Tenga presente que puede emplear redes de contactos profesionales en Internet.

Al margen de lo profesional, cualquier conversación o encuentro que tenemos con otra persona es importante. Cuídelos porque nunca sabrá a priori a qué persona podrá ayudar en un futuro o a cuál podrá necesitar.

Para mí, comprender esta idea va mucho más allá de cuidar mi profesión y el futuro de la misma. Para mí, cualquier encuentro que tengo con otra persona es sagrado. Por eso, me da exactamente lo mismo la profesión, el estatus social, sus aficiones o su religión. Esa persona es importante y punto. Nunca me he fiado de las personas que pelotean a sus superiores jerárquicamente ni tampoco, aunque suelen ser las mismas, de las que no tratan con el máximo respeto a las que se encuentran por debajo jerárquicamente. Cualquier persona es importante por el mero hecho de serlo y comprender esto le facilitará mucho la vida, más aún como emprendedor.