



RELATO

Contactos de oro

En tiempos de crisis, dedicar parte del tiempo y el presupuesto a establecer un buen 'networking' resulta fundamental para superar los baches. **Por Benito Sarabia**

En el trabajo, todo el mundo sabe que los contactos son fundamentales. Establecer una red de amistades puede abrir puertas, acelerar cambios en la carrera profesional, resolver conflictos o incluso ayudarnos a encontrar pareja, porque es igual de útil en el plano personal. Oportunamente, la editorial Gestión 2000 publica el libro *El éxito en seis cafés*, de Pino Bethencourt, el primero en español sobre la gestión de contactos. Facilita una metodología y un sistema para crear, desarrollar y mantener una red de contactos útil y acorde a nuestra propia personalidad. Sus 324 páginas aportan una perspectiva doble. Por un lado, servirá para evaluar la calidad de la red actual y mejorarla, y también para aportar una dimensión más abstracta, que ayudará a comprender los factores que condicionan todo tipo de relaciones personales y qué tipo de emociones y estructuras entran en juego.

En plena crisis económica, el denominado *networking* resulta fundamental. Es el mejor método para contrarrestar el clima de desconfianza que rodea los mercados financieros y económicos, porque más que nunca es necesario que se junten las personas con ganas de luchar y aprovechen el efecto de red para dar voz a mensajes alentadores y, sobre todo, a nuevas oportunidades de negocio.

Además, crear relaciones humanas que se basan en la confianza da lugar a un *toma y daca* que puede ayudar a flexibilizar decisiones y criterios: conseguir un préstamo con un banquero que te conoce de toda la vida y sabe hasta dónde puede arriesgarse por ti, intercambiar servicios con amigos y proveedores que lo necesiten en plan *trueque* (o pagos en especie), encontrar trabajo sin tener que pasar por un *headhunter*...

Un buen *networking* ayudará a encontrar nuevas oportunidades de ingresos a través de información privilegiada sobre qué negocios están funcionando, y qué servicios se necesitan siempre, así como explorar oportunidades en economías menos impactadas por la crisis. Una persona *bien posicionada* accederá a rumores que le ayuden a anticipar problemas y tomar decisiones de negocio con mayor antelación. Resulta fundamental reservar una parte del presupuesto o del tiempo para poder seguir haciendo *networking*: tomando cafés (y evitando comidas largas y caras) para reencontrarse con clientes, proveedores y colaboradores, y dar imagen de confianza y de que todo va bien. La gente se siente atraída por las personas que confían en lo que están haciendo.

De la misma manera, en *El éxito en seis cafés* se explica la importancia de salir de la oficina y hablar con gente de diversos entornos para entender el contexto y no contagiarse de las visiones pesimistas que suelen ser propias de los entornos cerrados. Pasar tiempo



BETTA

con personas vitales, optimistas y creativas puede contagiar más positivismo y dar ideas para enfrentarse a los momentos de crisis.

El mayor problema de un clima de desconfianza es que se elimina la conexión entre los diversos *estratos*, "por eso los bancos están cogiendo dinero del banco central, porque ya no se prestan entre sí". La generación organizada de confianza consiste en aprovechar las acciones *salvadoras* de los gobiernos para animar y retomar vínculos de colaboración. La experiencia nos exige que nos animemos a confiar los unos en los otros otra vez, y para ello, debemos vernos, compartir problemas y pactar compromisos de ayuda mutua que sólo se tomarán en serio si hay una relación de confianza. Así, se agradece especialmente de este libro la aportación de experiencias vitales como las de Antonio Garrigues, presidente de Garrigues, Javier Loizaga, presidente de Mercapital, o Francisco Belil, consejero delegado de Siemens España.



El éxito en seis cafés

Pino Bethencourt
Gestión 2000
324 páginas
19,95 euros

La autora

■ Pino Bethencourt es fundadora y socia directora de Bethencourt Strategic Development, consultora que asesora a ejecutivos y directores generales. Con oficinas en Madrid y París, Bethencourt se ha especializado en ayudar a comprender el papel que juegan las emociones y la política interna de las empresas para su posterior traducción en estrategia de negocio. También es profesora del área de Recursos Humanos del Instituto de Empresa de Madrid.

RECOMENDAMOS



Mate a sus vacas sagradas
D. Bernstein, B. Fraser, B. Schwab
Empresa Activa
13,50 euros

Cuestionar las verdades comúnmente aceptadas

"El cliente siempre tiene la razón", "Todo el mundo se merece una segunda oportunidad"... Estos son dos ejemplos de lo que en el mundo comercial se conoce como *vaca sagrada*. Son principios cuyo seguimiento provoca la sensación de estar haciendo lo correcto por la empresa. Es evidente que cada una de estas frases tiene elementos valiosos, pero el peligro aparece cuando son seguidas ciegamente.



Prácticas de coaching
Viviane Launer y Sylviane Cannio
LID Editorial
251 páginas

Las mejores herramientas para el equilibrio laboral

Las dos autoras del libro, presidentas de la Federación Internacional de Coaching en España y Bélgica, revelan las técnicas y herramientas que facilitan la liberación de potencial de los trabajadores y su reflejo en el desempeño laboral así como en su propio equilibrio personal. Con un enfoque muy práctico y ecléctico, que recoge múltiples experiencias laborales, muestran el camino más eficaz para hacer aflorar la energía interior.



SEO, cómo triunfar en buscadores
Miguel Orense Fuentes y Octavio Isaac Rojas Orduña
Esic
326 páginas

En el marasmo de Internet se puede asomar la cabeza

Millones de usuarios usan los buscadores a diario y millones de webs luchan por obtener sus primeros lugares. Bajo este panorama, asomarse a los puestos de privilegio de los buscadores se convierte en algo fundamental para tener éxito en Internet. El posicionamiento o SEO (*Search Engine Optimization*) trata de emparejar la demanda de ciertas búsquedas en interés con una oferta web especializada.