



Gestión de contactos en clave Zen

PINO BETHENCOURT

PROFESORA DEL INSTITUTO DE EMPRESA

La filosofía Zen dice que lo que le ocurre a uno en su vida es un reflejo de lo que tiene en su interior. ¿Será también cierto para los directivos? El directivo se enfrenta diariamente a problemas que van desde la presión de objetivos, a la supervivencia política, y la búsqueda constante de nuevas oportunidades de desarrollo profesional que respondan a su creciente potencial.

Cada directivo reúne una combinación única de conocimientos, habilidades y conocimientos que constituyen lo que los expertos llaman «capital humano».

Sin embargo, son pocos los directivos que consiguen la mayoría de lo que se proponen, y muchos los que se sienten frustrados de que no apa-

rezcan clientes, promociones internas, o amistades que reconozcan su valía y soliciten su aportación.

Pues bien, la diferencia entre los primeros y los segundos está muy influenciada por su «capital social», es decir, el conjunto de relaciones y vínculos de trabajo, familia o amistad que un directivo tiene en cada momento. Es precisamente este mapa de contactos el terreno más o menos abonado que produce las tan deseadas oportunidades.

El directivo que dedica tiempo y esfuerzo a sembrar vínculos de confianza con personas clave, desarrollando relaciones duraderas de mutuo beneficio, dispone de un capital social reactivo y dispuesto a producir las oportunidades que sacan verdadero rendimiento a su capital humano.

Y aquí es donde usted puede comprobar el reflejo de la sabiduría Zen en su vida, porque si a usted no se le han presentado oportunidades a la altura de sus aspiraciones en los últi-

mos meses, es que hay un desconexo entre su «interior» y su «vida».

El directivo «Zen» retiene a su alrededor los contactos que responden a quién es y lo que quiere conseguir en la vida, y sobre todo, a lo que está dispuesto a dar a cambio:

1. Quién es: Amigos y socios que disfrutan de su compañía, aprecian sus ideales y confían en su habilidad.

2. Lo que quiere conseguir: El ejecutivo dinámico tiene una red de contactos que se mueve con él. Nuevos objetivos incorporan a nuevos colaboradores, mientras otros pasan a un segundo plano.

3. Y sobre todo, lo que está

dispuesto a dar a cambio. Porque para que su red devuelva oportunidades, debe ser usted el primero en aportar valor a los contactos de esa red, el primero en pensar cómo puede ayudar al que tiene delante, y el primero, pues, en confiar en el principio de reciprocidad.

El principio de reciprocidad es la base de la sostenibilidad de su red de contactos, puesto que asume que si uno hace un favor, éste le volverá en forma de oportunidad, antes o después. Por supuesto que hay listillos que no devuelven nada, pero si hay muchos de éstos en su red, ¿por qué será?

Si usted es una persona que evoluciona personal y profesionalmente, y que se plantea nuevos retos y objetivos constantemente, ¿no cree que ya es hora de invertir un poco más en su capital social?

Y si lo cree, acepte un consejo efectivo, y empiece por preguntarse qué puede hacer usted por su red antes de preguntar qué puede hacer su red por usted.

**«El directivo Zen
retiene cerca a los
contactos que
responden a lo que
quiere en la vida»**